

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

**ОРГАНИЗАЦИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ТВОРЧЕСКОГО ОНЛАЙН-
ПРОЕКТА «BLACK SPACE» КАК СРЕДСТВА ВОСПИТАНИЯ
ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВКУСА МОЛОДЕЖИ**

Выпускная квалификационная работа бакалавра
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиля Художественное образование
специализации «Менеджмент в музыкальном искусстве и образовании»

Идентификационный код ВКР:

Екатеринбург, 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра музыкально-компьютерных технологий, кино и телевидения

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:
Заведующая кафедрой МКТ
_____Л.В. Кордюкова
«___»_____2016 г.

**ОРГАНИЗАЦИЯ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ТВОРЧЕСКОГО ОНЛАЙН-
ПРОЕКТА «BLACK SPACE» КАК СРЕДСТВА ВОСПИТАНИЯ
ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВКУСА МОЛОДЕЖИ**

Выпускная квалификационная работа бакалавра
направления 44.03.01 Педагогическое образование
профиля Художественное образование
профилизации «Менеджмент в музыкальном искусстве и образовании»

Идентификационный код ВКР:

Исполнитель:

студент группы ММ-411

Д.О. Овинов

Руководитель:

старший преподаватель кафедры музыкально-
компьютерных технологий

Е.В. Рукавичникова

Нормоконтроль:

зав. кафедрой МКТ, доцент,
кандидат искусствоведения,

Л.В. Кордюкова

Екатеринбург, 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ТВОРЧЕСКОГО ОНЛАЙН-ПРОЕКТА КАК СРЕДСТВА ВОСПИТАНИЯ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВКУСА МОЛОДЕЖИ.....	9
1.1. Понятие и особенности мультимедийного творческого онлайн-проекта.....	9
1.2. Процесс организации творческого онлайн-проекта.....	15
1.3. Понятие эстетического вкуса молодежи и средства его воспитания.....	24
ГЛАВА 2. ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИИ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ТВОРЧЕСКОГО ОНЛАЙН-ПРОЕКТА «BLACK SPACE».....	34
2.1. Мультимедийный творческий онлайн-проект «Black Space»: идея, цель и задачи проекта.....	34
2.2. Организационные аспекты проекта «Black Space».....	40
2.3. Анализ воздействия проекта «Black Space» на эстетический вкус молодежи.....	46
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	54
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	58
Приложение 1. Статистика посещаемости группы творческого онлайн- проекта «Black Space» в социальной сети ВКонтакте.....	64
Приложение 2. Анкета	66
Приложение 3. Аналитические данные проведенного опроса.....	70

ВВЕДЕНИЕ

С появлением и развитием интернет-технологий оказались доступны способы передачи информации, которых не было раньше. Стало возможным обмениваться между собой данными практически в реальном времени на больших расстояниях. Причем, если ранее для передачи нескольких килобайт информации нужно было затратить немало финансовых и временных ресурсов, то сейчас большой объем информации загружается за короткие сроки из любой точки Земли и за относительно небольшую стоимость.

По данным сайта «Будущее Сейчас» в 2015 году количество пользователей Интернета во всем мире превысило 5 миллиардов, что показывает рост в 3 раза по сравнению с 2010 годом [62]. Доступ во всемирную сеть есть буквально в каждой точке планеты. Это открывает немало перспектив, так как есть возможность выйти на огромную аудиторию для распространения своего продукта.

Инструменты распространения информации наиболее часто используются людьми творческих профессий (музыканты, писатели, художники, режиссеры и др.). Возможность поделиться своим материалом со всем миром при минимальных затратах привлекает молодых и активных деятелей искусства. Ежедневно такие популярные онлайн-ресурсы, как «ВКонтакте», «FaceBook», «YouTube» и другие, пополняются творческими продуктами.

Однако, вышесказанное влечет за собой ряд осложнений. Во-первых, онлайн-среда перенасыщена творческими продуктами любительского производства и выбор того или иного контента чаще всего зависит от активности рекламного продвижения, а не от достоинств самого продукта. Например, среднестатистический посетитель популярного музыкального портала, мало осведомленный о современных музыкальных жанрах и стилях, часто не обращает внимания на качественный музыкальный продукт, ориентируясь на популярность и «раскрученность» исполнителя.

Таким образом, более интересный, новый, высоко оцененный критиками творческий контент остается без внимания.

Во-вторых, при организации интерактивов, предлагающих принять участие в создании какого-либо творческого задания, прокомментировать предложенный сюжет (фотографию, музыкальный отрывок, новость и т.д.) или поделиться информацией аудитория младше 15 лет в основном выступает как пассивный потребитель онлайн-контента, не испытывая желания проявить активность. Это связано с тем, что они родились в эпоху расцвета Интернета (2001 год и позже) и приучились использовать Интернет только для поиска и загрузки информации, но не для её создания и распространения.

Наблюдается **противоречие** между активным созданием и продвижением творческих онлайн-проектов в пространстве российского Интернета и низким эстетическим качеством и не всегда высоким профессионализмом большинства представленных продуктов, отвечающих сугубо коммерческим требованиям (то, что активно продаётся). Данная ситуация во многом спровоцирована мало развитым эстетическим вкусом основной интернет-аудитории, что позволяет сформулировать **проблему** настоящего исследования: отсутствие в современном интернет-пространстве мультимедийных творческих онлайн-проектов, способствующих воспитанию эстетического вкуса молодежи.

В качестве инструмента решения данной проблемы может выступить мультимедийный творческий онлайн-проект, который сосредоточит сразу нескольких авторов, работающих в различных видах искусства и творческих направлений для создания одного общего творческого продукта. Если объединить музыкальное, литературное и художественное творчество в одном проекте – можно рассчитывать, что творческий продукт будет замечен совершенно разной целевой аудиторией, которая в итоге ознакомится со всем творческим контентом проекта.

В данном случае синтез искусств позволит расширить кругозор аудитории проекта и ознакомить её с новыми творческими направлениями в различных сферах искусства. Произойдет это за счет того, что человек,

интересующийся определенным жанром какого-либо вида искусства, который включен в структуру проекта, может серьезно заинтересоваться данным творческим продуктом и начать ознакомление со всей его структурой. Не исключена вероятность, что человек серьёзно проникнется новым для него видом искусства и расширит свой вкусовой диапазон. Таким образом, проект будет способствовать воспитанию эстетического вкуса молодежи.

Тема: «Организация мультимедийного творческого онлайн-проекта «Black Space» как средства воспитания эстетического вкуса молодежи».

Объект: мультимедийный творческий онлайн-проект.

Предмет: особенности организации мультимедийного творческого онлайн-проекта как средства воспитания эстетического вкуса молодёжи.

Гипотеза данного исследования состоит в том, что можно добиться положительного воздействия на эстетический вкус молодежной аудитории мультимедийного творческого онлайн-проекта если:

- 1) организовать мультимедийный творческий онлайн-проект, учитывая особенности целевой аудитории;
- 2) подготовить в рамках проекта интересный и эстетический творческий контент;
- 3) вовлечь молодежную аудиторию проекта в процесс создания творческого контента.

Цель работы: теоретически обосновать необходимость организации мультимедийного творческого онлайн-проекта как средства воспитания эстетического вкуса молодёжи и создать такой проект в популярной социальной сети «ВКонтакте».

Задачи:

- 1) изучить теоретические основы организации мультимедийного творческого онлайн-проекта и проанализировать работу в данной сфере авторов России и зарубежья;
- 2) разработать концепцию и творческий контент мультимедийного творческого онлайн-проекта с учетом целевой аудитории и поставленной цели;

3) организовать мультимедийный творческий онлайн-проект «Black Space» на площадке социальной сети «ВКонтакте»;

4) изучить эстетические предпочтения молодежной аудитории проекта «Black Space» и провести исследование воздействия творческого контента на формирование эстетического вкуса постоянных посетителей онлайн-проекта.

Методологической основой исследования стали научные труды отечественных и зарубежных ученых в области педагогики и образования (Бекоевой Е.М., Виноцкой Ю.Р., Кудрявцевой М.Е); в сфере изучения эстетического вкуса (Грузковой В.Н., Каллимуллиной О.А., Лихачева Б.Т., Мартузиной Л.Э); в области философии (Канта И., Столовича Л.Н); в области психологии (Выготского Л.С.); в области возрастной психологии (Вишневского Ю.Р., Казанской В.Г., Кулаевой З.С., Мухиной В.С., Шапко В.Т., Шмыревой Н.А.); в области менеджмента (Балашова А.И., Ватутина С.В., Локка Д., Сладкевича В.П., Тульчинского Г.Л., Фунтова В.Н.); в области social media – менеджмента (Филлипса Д., Халилова Д., Халявина В.А.); в области рекламы и PR (Адлера Т., Огилви Д.);

Методы исследования

Теоретические: анализ опыта организации мультимедийных творческих онлайн-проектов российских и зарубежных авторов, обобщение и синтез технологий организации мультимедийного творческого онлайн-проекта.

Эмпирические: наблюдение, измерение и сравнение эстетических предпочтений молодежи; проведение опроса для выявления влияния мультимедийного творческого онлайн-проекта «Black Space» на воспитание эстетического вкуса молодежи.

Теоретическая значимость работы состоит в изучении и обобщении технологий организации мультимедийного творческого онлайн-проекта как средства воспитания эстетического вкуса молодежи.

Практическая значимость работы состоит в разработке и реализации мультимедийного творческого онлайн-проекта «Black Space», позитивно

влияющего на эстетический вкус молодежи, а также в возможности применения алгоритма его создания для организации подобных проектов.

Апробация и внедрение результатов исследования осуществлялась в социальной сети «ВКонтакте».

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ТВОРЧЕСКОГО ОНЛАЙН-ПРОЕКТА КАК СРЕДСТВА ВОСПИТАНИЯ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВКУСА МОЛОДЕЖИ

1.1. Понятие и особенности мультимедийного творческого онлайн-проекта

Мультимедийный творческий онлайн-проект – это новое направление в сфере творческой деятельности, которое в настоящее время не имеет однозначного научного определения. Для того чтобы раскрыть особенности данного вида деятельности разберем по порядку значение каждого из ключевых слов.

Доктор экономических наук Фунтов Валерий Николаевич определяет проект, как целенаправленную, ограниченную во времени деятельность, осуществляемую для удовлетворения конкретных потребностей при наличии внешних и внутренних ограничений и использовании ограниченных ресурсов [59].

Таким образом, творческий проект – это ограниченная временными рамками и ресурсами деятельность, целью которой является создание творческого продукта.

Творческий проект (термин более известен как «арт-проект», в переводе с английского art – искусство, творчество) – популярная форма выражения современной творческой общественности, в частности, художников, музыкантов, писателей. Причиной столь многочисленных появлений арт-проектов является конкуренция в борьбе за внимание аудитории. Не секрет, что для ценителей искусства постоянно организуются различные арт-акции, фестивали, концерты и разнообразные выставки. Именно это и толкает творца создавать то, что заставит обратить внимание как на них самих, так и на выражаемую ими мысль.

Автором арт-проекта, несмотря на приставку «арт-», на самом деле может стать любой, а не только профессионал в области искусства. Практика показывает, что большинство современных авторов не имеют профессионального образования, связанного со сферой их деятельности. В этом случае понятие «творец» указывает на то, что человек занят творческим процессом в какой-либо области искусства.

Арт-проект может включать в себя различные по характеру и жанру объекты, начиная от станковой картины, заканчивая музыкально-литературными проектами. Однако это не значит, что творческий проект, состоящий только из одного вида искусства, не может стать арт-проектом, ведь основной особенностью является ярко выраженная идея, а целью – донесение мысли автора до аудитории.

Понятие «мультимедийный» обозначает, что в творческом продукте используется несколько видов передачи информации: текст, видео, изображения (иллюстрации), звук и другое. Наиболее распространённый вид мультимедийного творчества – это фильм.

Рассмотрим понятие «онлайн». Энциклопедический словарь русского языка толкует данный термин как:

- 1) постоянно включенное неавтономное устройство или программа компьютера, которые находятся под управлением вычислительной системы;
- 2) интерактивный, диалоговый, оперативный (об информации, программе, которая доступна для пользования и обработки в режиме реального времени в сети Интернет).

Делаем вывод, что онлайн-проект – это проект, который реализуется в Интернет среде. Ведение проектной деятельности в онлайн-среде не требует офиса или постоянного помещения. Вместо традиционного офисного помещения в них используется виртуальный интернет-офис (онлайн-система управления проектами), в котором хранится информация, происходит совместная работа и общение команды проекта. Кроме того, ведение онлайн-

деятельности позволяет использовать услуги удаленных работников по фрилансингу, даже из других городов и стран.

Фриланс – вид деятельности, который происходит от английского слова *freelancer* (свободный работник). Работа на фрилансе осуществляется на удаленном от заказчика расстоянии, например через Интернет. Чаще всего по фрилансу работают люди творческих профессий: дизайнеры, художники, композиторы; либо it-специалисты: программисты, разработчики, веб-дизайнеры.

Экономическая целесообразность таких проектов очевидна. Во-первых, отсутствует необходимость тратить деньги на аренду офиса и его инфраструктуру. Во-вторых, есть возможность привлечения для работы специалистов, работающих на фрилансе, что позволяет расширить круг поиска сотрудников. Третье, это то, что виртуальная продукция компании, или реклама, может быть доступна для людей всего земного шара, что позволяет привлечь большее количество потребителей, нежели «оффлайн»-компания. Однако, преимущества онлайн-проектов не в этом.

Главное – это то, что выбор профессионалов для проекта не ограничивается одним городом. Руководитель проекта может привлечь наиболее талантливых и наиболее подходящих участников со всего мира. Конечно, это требует особо тщательного подхода к набору кадров, но в тоже время позволяет расширить и географию проекта.

При правильном менеджменте, эти сотрудники смогут работать с гораздо большей отдачей, чем, если бы они работали в офисе. Объясняется это тремя основными преимуществами:

- 1) им не нужно тратить время для того, чтобы добраться до работы и обратно;
- 2) они смогут организовать для себя идеальные условия работы - рабочее место и режим, который им наиболее подходит;
- 3) в спокойной обстановке (вне офиса) чаще рождаются идеи, и возрастает производительность труда.

Таким образом, выведем итоговое определение. Мультимедийный творческий онлайн-проект – это ограниченная временными рамками и ресурсами деятельность, направленная на разработку и создание творческого продукта, использующего несколько видов передачи информации, ведущаяся в Интернет-среде посредством онлайн-ресурсов.

В последнее время все чаще появляются творческие проекты именно в онлайн-среде. Из ранее сказанного, можно сделать вывод, что творческие люди объединяются в небольшие общества для создания интересного и актуального творческого контента, который будет доступен через всемирную сеть Интернет людям во всем мире. При этом авторы таких проектов активно пользуются ранее описанными преимуществами организации проектов онлайн.

Особенно важен третий пункт, в котором говорится о том, что спокойной обстановке (вне офиса) чаще рождаются идеи и возрастает производительность труда. Пожалуй, именно среда, в которой появляется вдохновение, очень важна для творческого человека. Именно поэтому работа над совместным творчеством продуктивнее всего ведется посредством Интернета, когда автор находится в комфортной и привычной обстановке.

Использование Интернета удобно тем, что авторы со всего мира могут объединяться для работы над творческим продуктом. То есть, находясь в разных точках земного шара можно совместно создавать музыкальные альбомы, фильмы, компьютерные игры, писать книги и находить много других способов заниматься совместным творчеством.

Например, международный музыкальный проект «Amog Symphony» основан индийским гитаристом виртуозом, а участие в записи альбомов принимают музыканты со всего мира: России, Франции, Японии, Германии и др. Несмотря на то, что у проекта есть достаточно четкая стилистическая направленность – техничный прогрессивный-дез-метал, участие музыкантов из разных культур, придаёт каждой отдельной композиции определенный этнический колорит. Это делает проект не имеющим аналогов во всем мире. В рамках проекта ежегодно выпускаются новые альбомы, которые, как

правило, состоят из 10 композиций. При этом каждая работа является концептуальной.

Для каждого нового альбома создается некая история, преимущественно на эзотерические темы, и композиции выступают как саундтреки к этой истории. При этом автор «либретто» немец, а главный идеолог Amogh Symphony индус. Постоянным со-композитором и музыкантом проекта является российский мультиинструменталист Андрей Сазонов.

Официальный сайт проекта Amogh Symphony был создан украинским веб-дизайнером Андреем Черным, который в свою очередь совместно занимается музыкальным творчеством с Андреем Созоновым в проекте Mad Essence. При этом автор проекта Amogh Symphony Вишал Синх иногда прописывает гитарные партии для музыкальных композиций Андрея и его проекта.

Другой пример – «Виктор Аргонов Project». Это первый творческий онлайн-проект, созданный на территории России. Авторский проект владивостокского композитора, участника группы «Комплексные числа» Виктора Аргонова, созданный в 2003 году с целью записи произведений крупной формы в жанре танцевальной электроники. Первая большая работа проекта «2032: Легенда о несбывшемся грядущем» была записана при участии музыкантов и вокалистов со всем России и ближнего зарубежья.

Визуальная новелла – еще один вид творческого онлайн-проекта, который в настоящее время активно развивается в российском Интернет-пространстве. Это жанр компьютерных игр, подвид текстового квеста, в котором зрителю демонстрируется история при помощи вывода на экран текста, статичных (либо анимированных) изображений, а также звукового и/или музыкального сопровождения. Нередко используются и вставки полноценных видеороликов. Степень интерактивности в таких играх обычно низка, и от зрителя лишь изредка требуется сделать определенный выбор, в частности – выбрать вариант ответа в диалоге. Жанр появился в девяностых годах в Японии и наибольшей популярностью пользуется именно там.

Выпущенный 21 декабря 2013 года визуальный роман «Бесконечное Лето» снискал высокую популярность в российской аудитории. Разработка игры началась еще в 2008 году группой лиц – постоянных посетителей онлайн-портала «iichan». Люди, находящиеся в разных городах России на протяжении 5-ти лет вели разработку проекта. Высокий профессиональный уровень участников проекта отразился на качестве итогового продукта. В проекте принял участие профессиональный художник фонов и пейзажей Арсений Чебыкин из города Рыбинск, а композитором стал известный автор музыки для современных фильмов Сергей Ейбог из города Санкт-Петербург. Участие профессионалов и достойный уровень реализации проекта отразился положительной оценке критиков в прессе и повышенный интерес к творческому продукту, что повлекло за собой резкий рост аудитории. Такой успех проекта поддерживается разработчиками до сих пор: постоянно выпускаются сюжетные обновления, геймплей улучшается, вносятся положительные изменения в программный код.

Рассмотрим известный в узких кругах в России виртуальный музыкальный проект «Анимия». На момент записи единственного выпущенного в рамках проекта альбома «О Чем Забыли Сказать» музыканты «группы» жили в разных городах, и общались исключительно через Интернет. Группа работала в стиле ню-метал, с живыми гитарами, барабанами и вокалом. Проект обрел популярность среди слушательской аудитории и даже номинировался на премию RAMP 2006 благодаря своему высокому качеству.

Из вышесказанного следует, что главной особенностью творческого онлайн-проекта является возможность привлечения различных деятелей искусств, находящихся на удаленном расстоянии друг от друга. Такая деятельность создает определенную сеть из авторов, которые живут в разных точках мира, но между собой знакомы в виртуальном пространстве и приглашают друг друга в свои творческие проекты.

Творческим онлайн-проектом является проект, в котором задействованы разные деятели искусства, находящиеся на удаленном расстоянии друг

от друга. При этом работа над творческим материалом ведется исключительно через онлайн-сервисы и распространяется таким же образом. Благодаря преимуществам такого вида деятельности у авторов есть возможность достичь высокого качества исполняемого продукта, а также достаточно быстро обрести известность среди своей аудитории и посетителей популярных онлайн-ресурсов. При этом авторы проекта могут вовсе не ограничиваться в человеческих ресурсах и искать соавторов со всего мира. Многие такие проекты являются международными.

1.2. Процесс организации творческого онлайн-проекта

Рассмотрим более подробно процесс организации творческого онлайн-проекта и раскроем особенности, с которыми могут столкнуться авторы в процессе создания своего творческого продукта.

Чаще всего знакомство между авторами будущего проекта происходит на форумах или в пабликах социальных сетей по интересам. В процессе общения может возникнуть идея создания совместного творческого продукта. На этом этапе необходимо определить концепцию проекта, целевую аудиторию, цель и задачи проекта, чтобы избежать в дальнейшем творческих разногласий и двигаться по четко заданному курсу.

Следующий выбор, с которым столкнутся авторы творческого онлайн-проекта, это определение площадки или нескольких площадок для реализации творческого продукта. В основном в качестве платформы для реализации своих идей авторы используют следующие возможности онлайн-среды:

- различные социальные сети («ВКонтакте», «Одноклассники», «FaceBook» и др.);
- блоги или хостинги («LiveJournal», «YouTube», «SoundCloud» и др.);
- собственный сайт.

Рассмотрим каждый пункт более подробно.

Современные социальные сети имеют множество преимуществ, как площадки для реализации творческого онлайн-проекта.

1. Они позволяют оперативно связываться со всеми участниками и контролировать рабочий процесс. В чате есть возможность обмениваться документами, изображениями, аудио и видео материалами и другими цифровыми данными.

2. Группы или паблики, созданные в социальной сети имеют все необходимые функции для донесения информации до целевой аудитории. Присутствует возможность загружать аудио и видео – контент, создавать фото-альбомы, используя вики-разметку можно создавать целые сайтоподобные структуры (связанные между собой гиперссылками страницы с информацией), а также оперативное донесение новостей до подписчиков.

3. Возможность создания индивидуальной аватарки для группы, а также уникального оформления раздела меню являются отличной возможностью заинтересовать потенциального подписчика интересным дизайном. Однако, дизайн созданный не профессионально может повлиять посетителей страницы негативно.

4. Такие социальные сети аккумулируют в себе огромную аудиторию со всего мира (Facebook – 720 млн. человек в сутки; ВКонтакте – более 80 млн. человек в сутки; Одноклассники более 50 млн. человек в сутки). Это позволяет централизованно выходить на большую аудиторию, и поддерживать связь со всем миром находясь лишь на одном сайте.

Но всеми этими возможностями важно грамотно научиться пользоваться. Необходимо соблюдать так называемый порядок в сообществе: не допускать проникновение спама, рекламы и запрещенного контента. Важно поддерживать актуальность информации и удобство доступа к ней.

Чтобы аудитория проекта росла, необходимо находить партнеров в лице руководителей смежных по направлению групп и договариваться о взаимопиаре. Так же важно, чтобы творческий контент выпускался регулярно, это заставит аудиторию быть во внимании и не «отписаться».

Хорошим решением для узконаправленных проектов могут стать блоги и хостинги. В таком случае авторы проекта так же получают доступ к общению с большой аудиторией, но в инструментарий получают возможность распространять только один вид творческой деятельности. К примеру, если это блог на LiveJournal – то у автора есть возможность делиться исключительно текстовым контентом, на YouTube – только видео-контентом, на SoundCloud – только музыкальный контентом, а на Instagram или DeviantArt – только фото или художественным-контентом.

При этом поддерживать связь с соавторами все равно удобнее через какой-нибудь чат в интернете, либо посредством социальных сетей. Однако, преимуществом именно такого симбиоза является то, что автор продвигает свой продукт через узкоспециализированный канал, а значит получает больше шансов выйти на целевую аудиторию. Объясняется это просто: меломан никогда не станет искать музыку на LiveJournal или Instagram, но скорее всего обратит внимание на новый музыкальный проект на SoundCloud.

В том случае, если возможностей социальных сетей и хостингов авторам недостаточно для реализации своих идей – отличным решением может стать создание собственного web-сайта. Создав собственный сайт на нем можно реализовать все идеи именно так, как задумано изначально. При этом современные технологии позволяют производить интеграцию между хостингами социальными сетями и собственным сайтом. К примеру, можно загрузить музыку на SoundCloud и вставить на страницу сайта плагин для прослушивания композиции, тоже самое с YouTube. Социальные сети позволяют даже встраивать виджеты комментариев или кнопки «подписаться» / «вступить в группу». Множество онлайн-проектов используют такую возможность. К тому же это позволяет расширить аудиторию, и выйти на тех людей, которые игнорируют социальные сети и не регистрируются там.

Используя сайт, как основную площадку для своего проекта, авторам придется столкнуться с трудностями его продвижения. Есть бесплатный способ, но который отнимает много времени и подразумевает серьезный

подготовительный процесс – это размещение пресс-релиза со ссылкой на сайт на форумах в сети, где обитает целевая аудитория. Но в таком случае нужно, чтобы пресс-релиз был составлен грамотно и корректно по отношению к потенциальному потребителю вашего контента. В ином случае эффект может быть в лучшем случае нулевым.

Существует и более простой способ выйти на целевую аудиторию, однако он требует финансовых вложений. Ни для кого не секрет, что поисковые сети являются самыми популярными сайтами в онлайн-пространстве. «GOOGLE» и «YANDEX» ежедневно посещают более 2 миллиардов раз. При этом поисковые запросы, которые прописывает пользователь Интернета формируют базу предпочтений у внимательных «роботов», которые обслуживают эти сайты. У Google и Yandex есть инструменты которые называются «Adwords» и «Директ», их принцип прост – они выдают рекламу исходя из запросов пользователя. Таким образом, автор проекта воспользовавшись таким инструментом, и грамотно прописав ключевые слова в рекламе – будет выходить исключительно на свою целевую аудиторию, что позволит ее расширить в кратчайшие сроки.

В сети существуют инструменты, которые могут значительно облегчить процесс управления онлайн-проектом и контролировать процессы выполнения заданий сотрудниками. К примеру, в рунете существует продукт «Магаплан» – это отечественная система управления бизнесом, которая позволяет устанавливать задачи и поручения, следить за их выполнением, хранить базу данных сотрудников компании, вести историю клиентов и т.д. Удобно, что существует версия для мобильного телефона, что позволяет принимать задачи или решать их находясь вне дома. Несмотря на то, что продукт коммерческий, в Мегаплане есть возможность работать бесплатно, если компания насчитывает не более 5 сотрудников и не преследует экономической выгоды. Такой вариант ведения деятельности может быть очень удобен небольшой группе творческих людей, которые трудятся над каким-нибудь проектом.

Существует три преимущества организации деятельности онлайн. Во-первых, авторы могут не тратить время на дорогу в офис. То есть гораздо

больше времени остается на то, чтобы заниматься непосредственным творчеством. Именно мобильность и доступность связи с «коллегами» может стать важным фактором в развитии проекта.

Во-вторых, руководителю проекта не нужно будет заниматься организацией рабочего места. Каждый создаст себе его сам.

В-третьих, идеи могут родиться где угодно, и воспользовавшись мобильным Интернетом можно почти мгновенно поделиться идеей с коллегами. Это может обогатить творческий потенциал проекта, и сделать его во многом интересным и необычным.

Также можно выделить четвертую особенность интернет-проектов – это возможность самому составлять свой рабочий график. Конечно, сроки выполнения работ устанавливаются лидером проекта. Однако, все этапы реализации поставленной задачи исполнитель определяет сам и работает тогда, когда ему это удобно.

Однако, не стоит забывать, что, как и в любом другом роде деятельности, в проекте должен быть лидер, который ведет всех сотрудников к одной цели. Тут важно определить внутреннюю структуру компании. Самым простым решением может быть выбор линейно-функциональной структуры. Когда существует несколько подразделений, в которых есть свой руководитель, но все подразделения подчиняются напрямую лидеру проекта. Очень удобно, когда проект совмещает в себе несколько видов искусства, так, например, при создании альбома музыканты подчиняются главному композитору, авторы слов главному автору, а дизайнеры главному художнику, но руководить деятельностью всей команды будет продюсер.

Говоря о мотивации сотрудников творческого проекта можно привести цитату Г.Л. Тульчинского, в которой отражены основные особенности мотивирующих факторов. «Для развития мотивации необходимы признание, уважение, самореализация, «обогащение» труда и т. д. Но и эта модель не учитывает индивидуальность и динамику мотивации. Например, удовлетворение трудом не обязательно связано с производством – человек

может ориентироваться на дружеское общение в коллективе, и инициирование творчества и ответственности не приведет к росту заинтересованности в производительном труде» [28, с. 433].

Григорий Львович приводит виды успеха и соответствующие основные виды мотивации, которые отражают основные типы личностей:

1) успех-признание (популярность, известность) – этот тип мотивации характерен для молодых людей, начинающих профессионалов;

2) успех-признание у «значимых других» – у того социального окружения, на которое ориентируется личность (семья, друзья, начальство, любимые учителя, специалисты-профессионалы и т. д.);

3) успех-преодоление – способность личности решать все более сложные профессиональные, деловые и жизненные проблемы (такое поведение чревато опасным профессиональным поведением, а то и жизненным «каскадерством»);

4) успех-самопреодоление, стремление к совершенству – одно из проявлений самосознания мастера, когда внешние оценки уже менее существенны, по сравнению с критериями, задаваемыми себе самой личностью;

5) успех-призвание, когда ценностью является сама возможность заниматься любимым делом, а не какие-то внешние оценки результата [28, с. 436].

Творческие, а тем более некоммерческие творческие проекты держатся на энтузиазме работающих в нем людей. Авторы работают с целью самореализации, профессионального роста и признания среди специалистов этой сферы. При этом, важно достичь благоприятного климата внутри коллектива. Особых успехов добьётся творческий коллектив, где авторы увлечены общей идеей и чувствуют между собой дружескую и приятную атмосферу. Необходимо, чтобы каждый понимал, что находится на своём месте и занимается важной работой.

Для достижения поставленной цели по созданию творческого проекта необходимы финансовые вложения. Чаще всего авторы подобных некоммерческих проектов небольшого масштаба вкладывают собственные

деньги в развитие и продвижение проекта. Однако, преимущество онлайн-проектов в том, что они интегрированы в Интернет пространство и, если имеют постоянную преданную аудиторию, могут рассчитывать на помощь своих подписчиков.

Появившиеся несколько лет назад краудфандинговые-площадки (Кикстартер, Бумстартер, Планета и др.) открыли перед авторами различных проектов возможность воплотить свои идеи в жизнь или повысить качество реализуемого творческого материала. Краудфандинг – это механизм привлечения финансирования от широких масс с целью реализации продукта, помощи нуждающимся, проведения мероприятий, поддержки бизнеса и т.д. Выделяют три модели краудфандинга по виду вознаграждения для спонсора: без вознаграждения (пожертвование), нефинансовое вознаграждение (получение какого-либо предмета или продукта), финансовое вознаграждение (краудинвестинг) [57].

Краудфандинг, проводящийся по модели пожертвования, рассчитан на благотворительность со стороны своей аудитории или лиц, заинтересованных в развитии проекта. Его особенностью является то, что люди, жертвующие финансовые средства, по каким либо причинам хотят поддержать задумку авторов и при этом не рассчитывать на какую-либо выгоду. Это могут быть какие-нибудь социальные акции, например, благотворительный концерт для детей инвалидов, организация сбора вещей для пострадавших в какой-либо катастрофе и другое. Могут быть творческие продукты, создание которых не несет цели коммерческой выгоды, а является культурной ценностью.

Проведение краудфандинга по модели нефинансового вознаграждения – самая распространённая форма привлечения средств в онлайн-среде. Она подразумевает, что люди, вложившие средства, получают готовый продукт, или смогут принять участие в его создании. К примеру, если речь идёт о записи альбома какой-нибудь группы, то спонсоры как правило получают, в зависимости от суммы вложения, какой-либо подарок. Это может быть копия альбома, фирменный мерч группы, билет на концерт, возможность принять

участие в записи этого альбома и многое другое. Если речь идет об организации съёмки концерта (запись Live DVD), то музыканты также предлагают спонсорам возможность «бесплатно» посетить этот концерт, либо получить его копию на физическом носителе.

Такими возможностями краудфандинга пользуются люди творческих профессий со всего мира. Чаще всего привлекаются деньги на следующие проекты: запись и выпуск альбома, съёмку клипа, съёмку фильма, проведение крупного фестиваля или выставки, издание книги и пр. Так, например, русское онлайн-трио музыкантов «Second To Sun» собрали 50.000 рублей на сведение и издание своего дебютного альбома «Based on the true story» в краткие сроки (за 2 недели).

В 2014 году творческая студия «Арт-проект «Четверг» собрали 300 000 рублей на постановку танцевального спектакля, в котором приняли участие женщины со всей страны. Одним из самых успешных краудфандинг проектов на Бумстартере стал проект по сбору средств на проведение фестиваля «Russian Dance Festival». Авторы собрали более 3-х миллионов рублей и организовали крупнейший в России фестиваль уличных танцев, на который съехались танцоры со всего мира.

Краудинвестинг является менее распространенной формой краудфандинга. Чаще всего ее используют при организации какого-либо бизнеса. Люди, вложившие деньги, получают процент с прибыли организованной компании, в течении определённого времени.

Таким образом, в процессе организации онлайн-проекта в первую очередь важно создать «костяк» проекта. Авторы, должны сойтись во мнении и четко определить цель, идею и концепцию проекта. Следующим важным шагом является определение целевой аудитории будущего проекта и площадки его реализации.

Онлайн-проектирование является трудным видом деятельности, требующим внимания к множеству деталей и постоянного отслеживания современных тенденций. Однако, он имеет ряд и преимуществ: оперативность

действий, экономичность, возможность создать свой фирменный стиль и оформления без использования физических носителей, мгновенный выход на широкую аудиторию через множество каналов продвижения. Кроме того, есть три преимущества с организационной точки зрения:

1) нет необходимости создавать офис – каждый работник сам организует своё рабочее место;

2) мобильность – доступ в Интернет есть почти везде и круглосуточно, а следовательно можно мгновенно делиться с со-авторами или аудиторий своими возникшими творческими идеями;

3) нет четкого рабочего графика – каждый работник сам решает, когда ему выполнять поставленные задачи и в какое время приступать к работе, главное выполнять всё в соответствии с требованиями руководителя проекта.

Продвижение в онлайн-среде имеет свои специальные инструменты и возможности, которые предоставляются сервисами YouTube, SoundCloud, контекстная реклама Яндекс.директ, Google Adwords.

Мотивация работников некоммерческого творческого онлайн-проекта обусловлена возможностью творческой самореализации. Кроме того, творческие люди часто рассматривают это как дорогу «в люди», то есть как возможность «засветиться» в творческих кругах и самоутвердиться. Важно поддержание дружеской обстановки и добродушной атмосферы, это способствует комфортному видению деятельности и успеха в достижении поставленной цели.

Финансирование проекта происходит либо за счет самих авторов, либо при помощи поддержки своей аудитории. Этому способствует возможность проведения краудфандинговой компании в онлайн-среде. Онлайн-проекту гораздо проще добиться поддержки от своих потребителей, так как проект имеет популярность именно в Интернете.

Успех проекта зависит от всех описанных выше деталей. Онлайн-среда часто подвергается стихийным изменениям и появлению новых тенденций, как в творчестве, так и в самих инструментах ведения деятельности.

Авторы онлайн-проектов должны учитывать это и уметь вовремя реагировать на складывающиеся в интернет-пространстве ситуации, тогда реализация проекта будет успешной, а творческий продукт будет соответствовать запросам современной аудитории.

1.3. Понятие эстетического вкуса молодежи и средства его воспитания

Специалисты в области педагогики и воспитания в своих научных трудах определяют эстетический вкус как способность адекватного освоения эстетических качеств действительности, выражающийся в системе непосредственных эмоциональных оценок. В процессе эстетического восприятия и деятельности эстетический вкус проявляется чрезвычайно широко. Он дает о себе знать в любой творческой деятельности, в быту и в поведении людей.

Вопреки идеалистам, считающим эстетический вкус либо врожденной, либо чисто субъективной интуитивной способностью личности, и механистам, сводящим его к инстинктивно-физиологическим проявлениям человека, эстетика рассматривает эстетический вкус исторически, как продукт общественных отношений, созидательной деятельности людей.

Иммануил Кант писал: «Характерная черта эстетического вкуса заключена в непосредственности его проявления; это – чувственная реакция субъекта на то, с чем он взаимодействует. Прежде всего, вкус – это «способность судить о красоте» [14, с. 414].

Самые первоначальные градации вкуса: нравится – не нравится, красиво – некрасиво. Данная импульсивная реакция, приобретающая значение невысказанной оценки, имеет тенденцию усложняться и, в конечном счете, осознаваться личностью. Она оказывает непосредственное воздействие на поступки и на переживания человека. Эстетический вкус регулирует его

эмоциональные реакции. Опосредствованно он воздействует и на интеллектуальную жизнь субъекта. «Только вкус, – отмечал Ф. Шиллер, вносит – гармонию в общество, так как он создает гармонию в индивидуе. Все другие формы представления разделяют человека, ибо они основываются или исключительно на чувственной, или на духовной части его существа; только представления красоты делают человека цельным, ибо они требуют согласия двух его натур» [34, с. 261].

Обладая эстетическим вкусом, человек рассматривает окружающий его мир и себя, прежде всего с учетом основных эстетических категорий, таких, как прекрасное и безобразное, возвышенное и низменное, трагическое и комическое. Очевидна связь эстетического вкуса с мировоззренческими, прежде всего с этическими факторами социальной жизни.

Постоянным катализатором эстетического вкуса служит искусство как высшая и предметно материализованная форма эстетического отношения человека к действительности. Именно поэтому формирование эстетического вкуса немыслимо без постоянного, ставшего потребностью общения личности с различными видами и формами искусства. Эстетический вкус значительно шире художественного вкуса.

Исходя из вышесказанного, эстетический вкус – это способность человека к различению, к пониманию и оценке эстетических явлений во всех сферах жизни и искусства.

В своих работах российский философ Столович Л. Н. утверждал, что эстетический вкус проявляется в процессе эстетического восприятия и деятельности, при этом критерием хорошего или дурного вкуса выступает отношение вкусовой оценки к объективной ценности, соответствие или несоответствие её с этой ценностью. Чем большую возможность предоставляют мировоззренческая позиция человека, его эстетический опыт, его индивидуальное развитие для того, чтобы эстетически вкусовая оценка могла основываться на правильном отражении эстетического объекта, тем полнее

в субъективном выражается объективное. А значит, и более высоким, истинным и прогрессивным является эстетический вкус [25, с. 67].

Развитие эстетического вкуса – это непрерывный процесс, важным условием успешности которого является совершенствование процесса образования в целом с учетом изменений, происходящих в современном обществе.

В современной педагогике отдельным пунктом выделяют направление по развитию и воспитанию эстетического вкуса. Главная цель данного направления – научить человека понимать и ценить прекрасное. Здесь следует уточнить, что понятие «прекрасное» в контексте художественного формирования личности не совпадает со значением слов «красота, красивый». Последнее – это скорее описание внешней формы, которое зависит от конкретной исторической эпохи, и может меняться. «Прекрасное» же находится вне зависимости от времени и включает в себя такие понятия, как гармония, гуманизм, совершенство, возвышенность, духовность.

Главная цель эстетического воспитания заключается в том, чтобы взрастить в человеке эстетическую культуру, включающую следующие компоненты:

- восприятие – это способность видеть прекрасное в любом его проявлении: в природе, искусстве, межличностных отношениях;
- чувства – эмоциональная оценка прекрасного;
- потребности – желание и необходимость получать эстетические переживания путем созерцания, анализа и создание прекрасного;
- вкусы – умение оценивать и анализировать проявления окружающего мира с точки зрения соответствия его эстетическим идеалам;
- идеалы – личностные представления о прекрасном в природе, человеке, искусстве [55].

Задачами являются:

- формирование гармоничной личности;

- развитие в человеке способности видеть и ценить прекрасное;
- закладка идеалов прекрасного и выработка эстетических вкусов;
- побуждение к развитию творческих способностей [55].

Для того чтобы понять, какие средства и методы воспитания эстетического вкуса лучше всего использовать при работе с молодежью, основываясь на исследовании доктора философских наук Вишневого Ю. Р., доктора социологических наук Шапко В.Т., описанном в статье «Парадоксальный молодой человек» определим основные особенности молодежи, как социальной группы [7].

Молодежь – это социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик (приблизительно от 16 до 25 лет), особенностей социального положения и определенных социально-психологических качеств. В этот период жизни человек сталкивается с выбором профессии и своего места в жизни. У него вырабатываются: определенное мировоззрение и приоритеты жизненных ценностей. Создание семьи, обретение экономической независимости – так же является важной целью человека в период молодости.

Исходя из этого, выделяем определенные особенности молодежи:

- высокий уровень мобильности («скоростной» темп жизни, необходимость успевать совершать множество дел за короткий срок);
- постоянное и скоротечное освоение новых социальных ролей (работник, студент, гражданин, семьянин), связанных с изменением статуса;
- активный поиск своего места в жизни (выбор профессии, обретение экономической независимости и создание семьи).

Как вывод: молодежь – это социальная группа с наиболее высоким темпом жизни. Следовательно, подробное изучение нового в сфере искусства могут позволить себе не многие. Как правило, это поверхностное, но наглядное знакомство с последующим мысленным анализом.

По мнению Лихачева Б.Т., в основе организации системы эстетического воспитания лежит ряд принципов: комплексный подход ко всему делу воспитания. Во-первых, должна присутствовать органическая связь всей художественно-эстетической деятельности с жизнью, практикой обновления общества, с процессом формирования мировоззрения и нравственности молодых людей. Во-вторых, должна быть всеобщность эстетического воспитания и художественного образования, а также должны быть задействованы различные формы воздействия искусством через средства массовой информации. В-третьих, должно достигаться единство художественного и общего развития молодых людей из художественно-творческой деятельности и самодеятельности. В четвертых, должна учитываться эстетика всей прожитой на данный момент жизни с учетом возрастных психологических особенностей молодых людей.

В своей статье «Искусство как фактор развития эстетического вкуса» доктор философских наук Грузков В.Н. объясняет, что знакомство с подлинным искусством как идеалом формирует в человеке возможность эстетически оценивать и сравнивать различные творческие работы. Отличать прекрасное от безобразного, возвышенное от неизменного, комическое от трагического и пр. Автор статьи пишет: «искусство в конечном итоге художественно воспроизводит и вместе с тем формирует внутренне единый и неповторимый мир человеческой индивидуальности, его способности через призму эстетического оценивать отношения между людьми в мире и свое место в нем» [10, с. 110]. При этом, он отмечает, что развитие эстетического вкуса у молодых людей это задача обще-социальная и весьма актуальная.

Кандидат наук по социологии Калимуллина О.А. в статье «Развитие творческого потенциала подростков средствами музыкально-эстетических практик» на основе изученного научного материала и анализе результатов практической деятельности делает некоторые выводы касательно развития эстетического вкуса у молодых людей посредством творческой самореализации. Ольга Анатольевна доказывает, что проведение практик

связанных с самостоятельной творческой деятельностью влияет на молодых людей по нескольким факторам.

1. Происходит формирование социального опыта личности молодого человека, его личностных и коллективных поведенческих образцов, культуры поведения и общения, социально-культурного качества личности, реализации социальной активности.

2. Происходит развитие мировоззрения, активной жизненной позиции личности, развитие социальных уровней духовного мира личности: рациональных, эмоционально-чувственных и волевых начал, развитие восприятия взаимосвязи изучаемого материала с окружающим миром.

3. Осуществляется процесс социализации, в ходе которого приобретаются навыки общественного опыта, усваивается комплекс общественных ценностей, повышается уровень социально-культурной развитости, формируется эмоционально-ценностное отношение подростков к собственной творческой деятельности, происходит освоение эффективного взаимодействия в коллективе.

4. Развиваются духовно-нравственные ценности: чувство энтузиазма, воодушевления, чувства гордости за принадлежность к народу, гуманизм, духовность, уважение к духовным ценностям культуры, формирование и развитие чувства любви к народным традициям, формирование культуры межнационального общения, ориентации на общечеловеческие ценности.

5. Происходит развитие образно-эмоциональной сферы, ценностно-мотивационных установок молодых людей, возможность личности в неформальной обстановке раскрыться в творчестве, удовлетворение духовно-эстетических интересов и потребностей участников, возможность проявить себя творцом художественных ценностей.

6. Реализуется обогащение жизненного опыта воспитанника, повышение степени его жизнедеятельности, оптимизма и жизнерадостности, формирование оптимистической «Я-концепции» на основе самопознания и самооценки, развитие творческой индивидуальности, коммуникативной

культуры, личностной самооценки, ухода от установившихся шаблонов, поиска нестандартных решений поставленных задач [13, с. 38].

Кандидат педагогических наук Муртазина Л.Э. указывает, что важной задачей при воспитании эстетического вкуса является развитие способности и стремления к познанию и постоянному развитию. Особенно Лада Эдуардовна заостряет внимание на следующем: «художественно-эстетическая воспитанность студентов выражается в появлении потребности к творческой деятельности, формировании интереса и устойчивой мотивации к творческой и исполнительской деятельности, повышении уровня эстетической культуры и развитии творческого воображения» [19, с. 80]. Такая деятельность не возможна без постоянного расширения кругозора в области искусства и культуры.

Средствами воспитания эстетического вкуса молодежи могут являться:

- изобразительное искусство;
- драматургия, театр;
- кинематограф;
- архитектура различных эпох, стилей и культур;
- литература;
- СМИ;
- музыка различных жанров и стилей, культур и времен;
- созерцание естественных природных красот [55].

В данном случае речь идет о наглядности и информативности средств воспитания эстетического вкуса. Необходимо чтобы полученные знания поддавалась анализу и сравнению. То есть для наиболее полноценного восприятия необходимо охватить как можно больший объем различных направлений того или иного вида искусства. К примеру, человек вряд ли сможет адекватно судить о музыке, послушав и ознакомившись только с одним стилем. Индивид будет способен объективно оценить и воспринять новые данные об искусстве и творчестве только тогда, когда в его кругозоре будет

широкий спектр культурного наследия всего мира, а информация будет проста, кратка и понятна.

К методам могут относиться:

- личный пример;
- беседы, дискуссии, обсуждения;
- специализированные занятия в группах или студиях;
- экскурсии;
- посещение театра, выставок, музеев, фестивалей, концертов;
- попытка практического применения полученных знаний, участие

в конкурсах [55].

Рассмотрим подробно методы, которые могут использоваться при воспитании эстетического вкуса в онлайн-среде.

Одним из важнейших и действенных методов воспитания эстетического вкуса, является личный пример. Он основан на создании образа авторитета, которому хочется подражать. Показывая действие полученных знаний на практике, и проявляя всю пользу знаний о сфере искусства, осведомленность, умение различать и анализировать разное по уровню качества, жанра и стиля исполнения творчество может вызвать у аудитории желание пополнить свой спектр знаний в этой области. Как следствие приведет к детальному изучению всех тонкостей этого вида познания.

Беседы, дискуссии и обсуждения могут вестись как диалог. При воспитании эстетического вкуса для предмета обсуждения может выставляться, к примеру, новый альбом группы, играющей в необычном стиле. Во время дискуссии люди делятся своим мнением, что приводит их к процессу анализа творческого материала и сравнения с уже известными группами и стилями. А анализ и сравнение являются важнейшими составляющими процесса обучения.

Специализированные занятия при воспитании эстетического вкуса действенны только при целенаправленном обучении творческой профессии.

Такие занятия предполагают, что собеседник уже осведомлен и имеет определенные знания в этой области. Однако, в случае если человек лично обратился с определенным вопросом, требующим детального разъяснения, можно воспользоваться, например, системой Skype и провести индивидуальное специализированное занятие. Также можно объявить набор для обучения всех желающих и интересующихся для групповых занятий посредством Skype.

Побуждением к применению своих творческих возможностей могут стать различные конкурсы. Зачастую авторы творческих проектов организуют соревнования среди авторов, художников, музыкантов с целью выявления среди них лучшего. В качестве приза могут быть использованы элементы фирменной продукции: диски, футболки, плакаты и т.д. Однако, самым главным подарком для победителя станет использование его материала в проекте или приглашение поучаствовать в создании нового продукта.

Соревновательный элемент и мотивирующий приз побудят некоторых представителей аудитории проекта раскрыть свой творческий потенциал. Такой метод является действенным при воспитании эстетического вкуса, поскольку человек будет стараться создать свой материал предельно внимательно, пытаясь создать что-то интересное и обращающее на себя внимание. Он будет обращаться к идеалам, сравнивать и анализировать, пропускать полученную информацию в буквальном смысле «через себя».

Для воспитания эстетического вкуса в онлайн-среде действуют методы, использующие прямой контакт и визуальный пример. Исходя из того, что молодежь трудно заставить быть усидчивой при изучении новой информации, материал следует подавать в интересной и цепляющей глаз форме. Необходимы: интерактивы, общение со своей аудиторией, постоянное обновление творческого материала, следования современным тенденциям, создание интересных для обсуждения тем. Главное – это создать атмосферу, при которой человек сам заинтересуется многогранностью сферы творчества и искусства, станет «копать глубже», постепенно воспитывая в себе эстетический вкус и расширяя вкусовой спектр и кругозор.

Исходя из всего вышесказанного, выведем три параметра развитого эстетического вкуса:

- 1) желание изучать различные виды искусства и творчество разных времен и культур;
- 2) умение узнавать, анализировать, сравнивать и эстетически оценивать различные виды, направления и жанры в искусстве;
- 3) потребность проявлять свой творческий потенциал и развиваться в выбранной сфере творческой деятельности.

В дальнейшем именно эти параметры будут использованы при анализе успешности мультимедийного творческого проекта «Black Space» как средства воспитания эстетического вкуса молодежи.

ГЛАВА 2. ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИИ МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ТВОРЧЕСКОГО ОНЛАЙН-ПРОЕКТА «BLACK SPACE»

2.1. Мультимедийный творческий онлайн-проект «Black Space»: идея, цели и задачи проекта

Как определяют сами авторы проекта, «Black Space» – это научно-фантастический музыкально-литературный арт-проект, начало которому было положено в 2012 году Дмитрием Овиновым из города Екатеринбурга и Айдаром Абдуллиным из города Уфа. Изначально авторы проекта планировали заниматься исключительно музыкальной деятельностью. В то время как Айдар являлся профессиональным барабанщиком, Дмитрий был начинающим композитором, работающим в различных стилях инструментальной рок музыки [45].

Музыканты познакомились в социальной сети ВКонтакте, в группе, посвященной творчеству коллектива «Lumen». В процессе общения появилась идея создать виртуальный музыкальный проект наподобие группы «Анимия». Авторы совместно записали несколько музыкальных композиций, первой из которых стал инструментальный трек «Осколки Солнца». Записанная композиция была выложена в различных пабликах и группах ВКонтакте, посвященных музыке. В результате были получены положительные отзывы, и авторы решили продолжить работу над музыкой.

Стиль, который выбрали музыканты, можно охарактеризовать как инструментальный тяжелый рок с элементами неоклассики и современной электронной музыки. В течение 2014 года было написано множество композиций, из которых сложился первый полноформатный альбом.

Создатели проекта указывают на своем официальном сайте, что после создания альбома они не стали выпускать его сразу, решив дополнить музыкальное содержимое определенной концепцией. Увлечение написанием

коротких историй, стилизованных под дневниковые записи и вдохновение музыкой, написанной в рамках еще пока безымянного проекта – привело к идее написания научно-фантастической истории. Автор выбрал стилистику, в которой уже работал ранее: история ведется в виде дневника от лица молодого инженера ученого, которого отправили в экспедицию к Солнцу. В итоге для каждой из десяти композиций были написаны главы, складывающиеся в одно повествование.

Таким образом, получилась музыкально-литературная композиция, где каждый трек являлся музыкальным сопровождением для литературной главы. Музыка помогла создать атмосферу и настроение для передачи эмоций, заложенных авторами. Так как по сюжету действие происходит в постапокалиптическом будущем, при этом преимущественно в космических декорациях – то было выбрано лаконичное название «Black Space» (в переводе с английского – Черный космос).

Для запуска проекта и выпуска глав была создана группа в социальной сети ВКонтакте, где был выложен пресс-релиз, гласящий о скором запуске проекта. Эта запись вызвала интерес. К реализации проекта присоединились художник и веб-дизайнер. В результате «Black Space» объединил в себе 3 вида искусства: литературу, музыку и живопись, каждое из которых было выражено в полной мере.

Реализация проекта ведется три года. За это время проект активно продвигался через крупные сообщества ВКонтакте и обрел известность среди почитателей жанра научной фантастики, любителей рок-музыки и ценителей современной живописи.

Разработка и реализация первой части проекта «2817 Н.Э.» заняла три месяца. Публикация первого готового продукта состоялась 27 декабря 2014 года. Авторы получили множество положительных отзывов и комментариев, в том числе от авторитетных лиц (писателя-фантаста Владислава Безлюдного, одного из основоположников стиля cyber-metal Андрея Черного, главного редактора ЛИА «Альбион» Виктора Вирта и др.).

В начале 2015 года творческий состав расширился – появился корректор-редактор проживающий в городе Мценск (Орловская область), который является профессиональным копирайтером в студии создания веб-сайтов «SiteDon». Он предложил свою помощь, чтобы повысить качество литературной составляющей проекта. В результате проекте стали задействованы четыре постоянных автора.

В апреле 2015 года был опубликован приквел (предыстория) «Когда Гаснут Звезды». В октябре стартовал выпуск новых глав из второй части проекта «Огненный Дождь», где авторы используют современные и популярные стилистические элементы для создания музыкальных композиций (например, low bass synths, djent, synth drums и пр.) и иллюстраций (например, фотобашинг, 3d моделирование и пр., экспериментируют со стилями литературных направлений. Что помогло привлечь новую аудиторию, расширив каналы продвижения.

Рассмотрим цель проекта. Изначально авторы не ставили перед собой сверхзадач: занимались созданием творческого продукта с целью самореализации. Однако, позже цель стала более глубокой: создание уникального современного творческого продукта, использующего метод синтеза искусств. Авторы сосредоточились над созданием нового качественного творческого материала и дальнейшего продвижение в Интернете.

Исходя из статистики посещений группы ВКонтакте (за 2014-2016 годы) можно сделать вывод, что материал, созданный в рамках проекта, привлекает в основном молодую аудиторию в возрасте от 13 до 24 лет. При этом, судя по активности просмотров и комментариям, аудитория младше 17 лет в основном вступает в группу из-за музыки, а старше 17 лет из-за литературной и визуальной составляющей.

Проанализировав творческий контент проекта, приходим к выводу, что музыкальная часть напоминает арт-рок 70-х годов, однако, выполненный в современном стиле. Такая музыка школьникам кажется необычной и новой,

что привлекает их внимание. Современные музыкальные тенденции сводятся к тому, что более «продвинутая» молодежь предпочитает слушать музыку «необычную», дабы выделиться среди своих друзей и знакомых. Это дает им возможность показать себя более осведомленными в музыкальных стилях, нежели их сверстники.

В результате, увлеченные музыкальным контентом, молодые слушатели приходят к литературной части проекта, чтобы ознакомиться со всем, что создано в рамках проекта. Это позволяет естественным путем увлечь школьника процессом чтения. При том, что чаще всего молодые люди такого возраста не любят читать.

Для более старшей аудитории музыка не является необычной, в связи с всеобщей популярностью именитых представителей стиля (Pink Floyd, God Is An Astronaut, Mogway и пр.) в конце 20-го и начале 21-го веков. Но, при этом их увлекает именно литературная составляющая. Происходит это из-за того, что современная литература испытывает дефицит в стиле научной фантастики в космических декорациях. Всё больше авторов склоняются к фэнтези, однако, ценители творчества ранних писателей-фантастов, а также космических саг типа «Звездные войны», «Космический путь» испытывают ностальгию по данному направлению. В данном случае история, написанная в рамках проекта «Black Space» отвечает запросам этой аудитории.

Естественно, что, ознакомившись с литературной составляющей, читатели послушают и саундтрек, в котором присутствует много современных элементов нео-классики и электронной музыки. Следовательно, они познакомятся с современными стилями музыки и повысят лояльность к этим направлениям.

Контент и концепция творческого мультимедийного онлайн-проекта «Black Space» разработана в соответствии со вкусами целевой аудитории и современными тенденциями. Основным литературным жанром является научная фантастика, которая в данный момент активно набирает популярность. Этому способствуют тенденции зарубежного кинематографа («Звездные

войны», фильмы по вселенной «Marvel», «Прометей» и прочие), игровой индустрии («DOOM», «серия Crysis», серия «Call of Duty» и прочие) и литературы («Темная Башня» Стивена Кинга, «Гиперион» Дэна Симмонса, «Миры» Сергея Тармашева).

Второй особенностью стало использование формы дневниковых записей. История, написанная в рамках творческого онлайн-проекта Black Space» ведется от первого лица и стилизована под дневник молодого ученого. Такой вид изложения выбран из-за привычки молодых людей читать блоги в Интернете, которые в последнее время являются наиболее интересным и популярным контентом в онлайн-среде. Таким образом, стиль написания текстов в виде записей удобен для целевой аудитории, он воспринимается проще, чем обычное классическое литературное изложение, однако, может передавать не меньше информации так как включает в себя не только высказывания «автора» дневника, а и диалоги, описания и прочие стилевые элементы произведения написанного в прозе.

Изучение, форумов и пабликов в социальных сетях, посвященных музыке, показали, какие жанры наиболее популярны у современной молодежи. Приведя в соответствие запросы молодой аудитории и собственные творческие идеи авторы разработали концепцию и стилевые особенности своих музыкальных композиций.

Был выбран принцип смешения различных музыкальных направлений. В основу музыки положен стиль «рок» (инструментальная рок-музыка, тяжелый метал). Использование живых инструментов позволяет авторам наиболее полно передавать эмоции, заложенные в динамику и ритмические рисунки композиций, а агрессивный звук электро-гитар и живых барабанов позволяет подчеркнуть напряженность основной сюжетной линии. Элементы нео-классики также активно используются авторами во время создания музыкальных композиций. Симфонические инструменты позволяют добиться дополнительного драматизма и «эпичности». Элементы, заимствованные из современных направлений электронной музыки (электро-транс, дабстеп и

индастриал) позволяют добавить в композиции необходимого футуризма, который является обязательной чертой в жанре научной-фантастики. Именно электронные синтезаторы позволяют создать атмосферу фантастического будущего.

Для иллюстраций выбран стиль цифровой живописи. Художник, используя электронный планшет для рисования, имеет возможность создавать иллюстрации, приближенные по стилю к натуралистке. Однако, именно цифровая обработка позволяет достигнуть большей глубины цвета и выполнить работу в соответствии с требованиями языка HTML5, который используется для разработки и создания сайтов.

Использованием элементов концептуализма позволяет создавать арты, на которых изображены крупные объекты (техника, оружие, здания, костюмы и прочее). Это позволяет расширять представление читателей о мире, созданном авторами. Стилиевые особенности пейзажа также активно используются при создании иллюстраций, это позволяет передавать масштабы и «красоты» космического пространства. Использование техники фотобашинга (использование сфотографированных элементов с дальнейшей программной обработкой) позволяет достигнуть наибольшего реализма.

В результате, контент, созданный в рамках мультимедийного творческого онлайн-проекта «Black Space», отвечает запросам современной молодежи. Творческий продукт создан с учетом интересов целевой аудитории и основан только на современных тенденциях в области искусства. При этом авторы выполняют работу с высокими требованиями к эстетическому и профессиональному уровню. В связи с этим созданный творческий продукт несет особую культурную значимость и способствует развитию современных творческих тенденций в различных видах искусства.

2.2. Организационные аспекты проекта «Black Space»

«Black Space» представляет собой творческий онлайн-проект. Всем процессом организации творческой деятельности руководит главный автор проекта, посредством коллективного чата, созданного в социальной сети «ВКонтакте». Это позволяет оперативно связываться со всеми участниками и контролировать рабочий процесс. В чате есть возможность обмениваться документами, изображениями, аудио и видео материалами и другими цифровыми данными.

Авторы проекта активно используют преимущества ведения деятельности в онлайн-среде. Во-первых, экономия времени значительно сказывается на продуктивности работы, особенно, если учесть, что все авторы являются студентами. Именно мобильность и доступность связи с «коллегами» является важным фактором в развитии проекта. Возможность гибкого планирования рабочего графика, помогает успеть выполнить всю необходимую работу, не в ущерб основной деятельности (работа, учеба и пр.).

Во-вторых, каждый может создать для себя те условия, в которых ему удобнее работать: композитор оборудовал свою домашней студию, автор текстов имеет возможность заниматься главами в специально созданной творческой обстановке. Это благотворно влияет на творческий процесс, так как физическое окружение напрямую влияет на настроение автора.

В-третьих, идеи могут родиться где угодно, и, воспользовавшись мобильным интернетом, можно почти мгновенно поделиться идеей с коллегами. Это заметно обогащает творческий потенциал проекта, и делает во многом интересным и необычным. То есть именно спонтанно возникший креатив позволяет добиться индивидуальности проекту. В рутинной рабочей обстановке вряд ли можно добиться таких результатов.

Сроки выполнения работ всегда устанавливаются лидером проекта. Однако, все этапы реализации поставленной задачи исполнитель определяет

сам и составляет график. Особенно это удобно для студентов или работающих людей с плотным ежедневным графиком.

Организационная структура проекта линейно-функциональная. Есть конкретный лидер проекта, который отвечает за все происходящее как внутри организации, так и вокруг проекта во внешней среде. При этом сам лидер проекта отвечает за музыкальную составляющую проекта. Также имеются четыре подразделения отвечающие за литературную, визуальную, музыкальную составляющие и за продвижение проекта.

Всего проект насчитывает 10 сотрудников:

- руководитель (по совместительству главный композитор);
- главный художник;
- помощник художника;
- главный автор;
- со-автор;
- редактор, корректор;
- специалист по рекламе;
- маркетолог;
- веб-дизайнер;
- помощник композитора (гитарист).

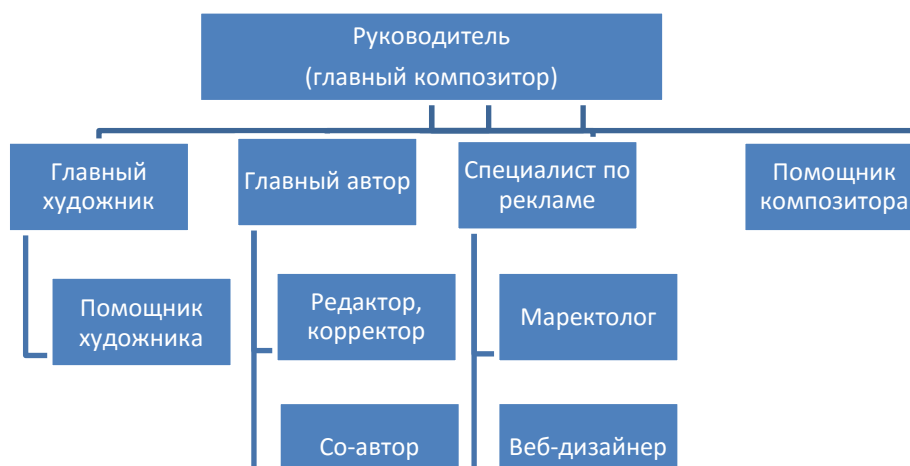


Рисунок 1– Организационная структура арт-проекта Black Space

Мотивация сотрудников обусловлена желанием творчески самореализоваться и воплотить в жизнь свои идеи. Люди, приходящие в проект и работающие в нем, приходят либо с целью помочь проекту выйти на новый уровень, либо с целью воплотить в жизнь свои идеи. Конечно, не всем удаётся этого достигнуть. Но тот факт, что «сотрудники» продолжают проявлять свой интерес к созданию нового творческого материала, говорит о том, что для сотрудников создан комфорт и благоприятный коллективный климат.

За несколько лет общения авторы проекта стали больше общаться на неформальные темы. Это позволяет сделать работу над творческим продуктом приятным процессом. То есть иными словами, во время создания продукта авторы получают удовольствие не только от воплощения своих творческих замыслов в рамках проекта, но и от общения.

Еще одной перспективной особенностью проекта является постоянное расширение на краткий срок творческого состава. На постоянной основе над проектом работает более десяти человек не только из разных городов, но и стран (Беларусь, Украина, Казахстан), что придает проекту статус международного. Но некоторые участвуют только в создании какой-то одной главы (к примеру, музыкант из Беларуси принял участие в записи музыкальной композиции). Именно реализация проекта в онлайн-среде позволяет привлекать творческие силы с любых уголков планеты.

Творческий процесс реализуется посредством Интернет-ресурсов. Обсуждение проходит в общем чате «ВКонтакте», реже посредством коллективной конференции в системе Skype. Создание глав проходит в несколько этапов. На первом этапе главный автор создает общий сценарный-план главы, пишет технические задания художнику и композиторскому составу. На втором этапе проходит обсуждение и внесение правок в структуру главы, иллюстрации и музыкальной композиции. Далее назначаются сроки реализации всех трех творческих продуктов и делается анонс выхода главы на всех информационных ресурсах проекта. После того, как весь творческий

материал готов и утверждён глава публикуется на официальном сайте проекта, ссылка на страницу выкладывается в группе социальной сети «ВКонтакте».

Продвижение проекта происходит в онлайн-среде. У авторов существует ряд партнеров среди популярных тематических пабликов ВКонтакте, общее число которых насчитывает более 100 000 человек. Постоянная публикация рекламы проекта и просто новостей позволяет успешно расширять аудиторию и привлекать новых подписчиков в основную группу «Black Space», которая на данный момент насчитывает более 1300 человек.

Статистика посещаемости основной группы проекта «ВКонтакте» (см. Приложение 1) показывает следующие результаты. За 2 года существования проекта количество посещаемости выросло более чем в 3 раза (с ~30 уникальных посетителей в день, до ~100). Аудитория проекта насчитывает 78,5% участников из России, 10,4% из Украины, 4,8% из Казахстана, 1,2% из США, еще 3% являются жителями других стран.

Охват информирования подписчиков вырос в более чем 2 раза: с ~60 просмотров в сутки, до ~130 просмотров в сутки. При этом полный охват (включает все просмотры, а не только подписчиков) просмотра информации вырос в 3 раза: со ~100 до ~300 человек в сутки. В моменты публикации важных новостей или «долгожданных» глав полный охват просмотра увеличивается до 600 человек в сутки.

Статистика сообщества (группы) «ВКонтакте» показывает, что 83% подписчиков составляет мужская аудитория, и только 17% – женская. При этом наибольший контингент – это мужчины в возрасте от 21 до 24 лет (более 35% от общего числа мужчин). Еще 15% от числа мужчин – это молодые люди в возрасте от 18 до 21 года,

Однако, проектом интересуется и девушки, но более старшего возраста, чем юноши – 24-27 лет. В меньшей степени проект интересен людям в возрасте от 27 до 35 лет (менее 5%), более 8% подписчиков – люди старшего возраста, от 45 лет и старше.

Таким образом, онлайн-проект «Black Space» охватывает широкую аудиторию по поло-возрастному признаку, но наибольший процент (87%) – это молодежная аудитория в возрасте от 18 до 24 лет, преимущественно мужчины.

Важным фактором растущей популярности является регулярный выпуск контента. По мнению специалиста в области социального медиа менеджмента Дамира Халилова (владелец и генеральный директор GreenPr) – это помогает не только удерживать аудиторию, но и постоянно расширять ее. Помимо «ВКонтакте» и официального сайта авторы используют для информирования читателей онлайн-ресурсы: Twitter, Youtube, Soundcloud и Facebook. В настоящее время постоянная аудитория «Black Space» насчитывает более 2000 человек.

Сайт проекта выполнен на движке, использующем язык HTML 5, что позволяет задействовать все доступные интернет технологии (CSS-таблицы, JavaScript и пр.). На сайте есть информационный раздел, где вновь пришедшая аудитория может ознакомиться с историей проекта, с его авторами и прочитать последние новости. Создан навигатор по главам, что позволяет читателю в любой момент перейти к нужной главе, не затратив время на поиски.

Онлайн-проекты отличаются своей доступностью. Использование ресурсов сети Интернет позволяет охватить широкую аудиторию. Именно поэтому авторы онлайн-проектов стараются создавать контент, который будет интересен большой массе пользователей Интернета и позволит привлечь большое число подписчиков.

Это влечет за собой определенную социальную ответственность. Любое явление, а тем более общедоступный в Интернете материал, воздействует на человека. Оно отражается на его характере, мировосприятии и, конечно, эстетическом вкусе.

Например, в российском законодательстве существует закон «О противодействии экстремистской деятельности», в котором указано, что на территории РФ запрещено распространение экстремистских материалов. Это объясняется тем, что подобные материалы могут воздействовать на мышление и повлечь за собой незаконные действия граждан. Особенно это

касается молодежи, которая на стадии становления личности не всегда критично относится к информации и может поддаться на различные провокации.

Музыка способна создавать образы и вызывать определенное настроение у слушателей, а, следовательно, влиять на их поведение. Иллюстрации и арты также могут вызывать данные реакции. Литература является одним из главных инструментов воспитания человека, так как поведение главных героев проецируется на сознание человека, и он может воспринимать это как прямое руководство к действию. Эти факторы являются прямыми инструментами воздействия на эстетический вкус молодежи, мировоззрение и поведение. Исходя из того, что творческий контент онлайн-проекта «Black Space» включает в себя музыкальную, литературную и изобразительную составляющую, он также будет воздействовать на формирование личности и отражаться на эстетическом вкусе.

Авторы проекта «Black Space» всегда стремились к улучшению качества своего материала. Во-первых, это позволяет привлечь внимание профессионалов, которые могут помочь с PR и продвижением. Во-вторых, это повышает уровень проекта и предоставляет конкурентные преимущества над другими аналогичными творческими продуктами. В-третьих, развивая свой продукт – развиваешь своих подписчиков, что способствует формированию более высокого статуса среди аналогичных проектов.

В заключение, из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что подобные мультимедийные творческие онлайн-проекты могут заполнить новую нишу в интернет пространстве, впоследствии выйдя в обособленное направление в области искусства. Однако, важно соблюдать потребности современной аудитории, постоянно обновлять контент и следить за инновациями в области интернет технологий. Также важно качество создаваемого продукта. Для этого необходимо привлечение талантливых авторов, музыкантов и художников, однако, это вполне реально, если рассмотреть возможность участия лиц из других городов и стран, а все переговоры и обсуждения проводить посредством онлайн-сервисов.

2.3. Анализ воздействия проекта «Black Space» на эстетический вкус молодежи

Чтобы подтвердить факт воздействия творческого контента арт-проекта «Black Space» на эстетический вкус молодежи, автором исследования был проведен опрос, в котором предлагалось ответить на 16 вопросов и написать отзыв о проекте (см. Приложение 2). Опрос позволил решить следующие задачи:

- 1) составить подробный портрет потребителя (выяснить уровень образованности, собрать статистику в каких по уровню населенных пунктах проживают подписчики проекта);
- 2) определить, какими видами искусства интересуется аудитория проекта;
- 3) выяснить, интересуются ли подписчики проекта новостями в области искусства и творчества, и в какие источники поиска информации они используют;
- 4) узнать, занимаются ли подписчики проекта каким-либо творчеством, и на каком уровне;
- 5) проверить осведомленность подписчиков проекта в различных стилях и видах искусства;
- 6) выявить навыки анализа творческого продукта;
- 7) собрать отзывы о проекте.

Результаты проведенного опроса, в котором приняло участие 100 человек, приведены в Приложении 3.

Статистика ответов на первые вопросы анкеты, которые касаются пола – возрастного признака, соответствует сообществу «ВКонтакте». Наибольший процент респондентов – это мужчины (84%), при этом 40% от всех респондентов – это люди в возрасте от 21 до 27 лет. Большая часть респондентов проживает в городах-миллионерах (56%) и крупных городах более 250 000 человек (28%). Имеют высшее образование 32% респондентов. Учащимися школы являются 24%, имеют среднее образование 16% респондентов. Такое распределение

указывает на то, что проект в большей степени интересен образованным людям из крупных городов.

Проанализируем ответы на вопросы, касающиеся творческих предпочтений. Наибольшая часть респондентов (76%) предпочитают современную рок-музыку. 52% респондентов выбрали классическую музыку. 48% проголосовали за современную электронную музыку и музыку смешанных стилей. Хип-хоп/рэп оказался самым непопулярным пунктом в опросе, всего 20% выбрали этот вариант. Другое выбрали 28% респондентов, среди свободных ответов наибольшее число (60%) ответили, что предпочитают музыку в стиле метал.

В области изобразительного искусства 60% респондентов интересуются фотоискусством – это самый популярный ответ. Больше половины (52%) интересуются классической живописью, а 48% современной цифровой живописью. Граффити (17%), скульптура (14%) и натурализм (24%) оказались менее популярными вариантами, 8% респондентов выбрали пункт «другое», указав различную информацию.

В области литературы лидирующим ответом оказался вариант «фантастика» – 64%., любят научную литературу 48% респондентов. «Фэнтези», «классику», «триллеры» и «романы» выбирали часто 12,5% респондентов. Совершенно непопулярными оказались «детективы» и «мелодрамы», их выбрали менее 5% респондентов. В пункте «другое» часть респондентов указали уточняющие стили, например, «постапокалиптика» (которая является разновидностью жанра фантастики), или «научные статьи» (что является разновидностью научной литературы).

На основании ответов на вопросы, которые касаются предпочтений делаем вывод, что большая часть подписчиков интересуется видами искусства, которые требуют развитого эстетического вкуса. В музыке – это рок стили и классическая музыка. В изобразительном искусстве – это фотографии и классическая живопись. В литературе подписчики проекта интересуются фантастикой и научными текстами.

На вопросы, которые выявляют занятость респондентов каким-либо видом искусства ответы оказались неоднозначными. 32% указали, что занимаются музыкой любительски, а 24%, выбрав пункт «другое» уточнили, каким именно образом они увлекаются музыкой («я пою», «профессиональный гитарист», «пишу биты» и пр.). Профессиональными музыкантами себя считают 12% респондентов.

Не считают интересным занятия изобразительным искусством 32% респондентов, 20% занимаются любительски, и столько же желают научиться. Профессионалами являются 12% респондентов, равно распределившись в пунктах «да, я профессиональный скульптор», «да, я профессиональный художник» и «да, я профессиональный фотограф», 16%, выбрав пункт «другое» уточнили, что раньше занимались любительски.

На вопрос «занимаетесь ли вы литературой?» 40% ответили, что им это не интересно, 36% занимаются любительски, а 16% желают научиться. Выбрав пункт «другое» 8% респондентов уточнили, что читают школьную программу. Профессионалами являются лишь 4%.

Проанализировав ответы на вопросы, занимаются ли подписчики проекта самостоятельным творчеством можно сделать следующие выводы. Большей части респондентов (65%) интересен творческий процесс в той или иной степени. Являются профессионалами в своей области 16%, занимаются искусством любительски 40 %, и более трети респондентов проявляют желание научиться какому-либо виду искусства.

При ответе на вопрос, интересуются ли подписчики информацией из сферы искусства, культуры и творчества, а также где они находят эту информацию, ответы тоже получились разными.

Никто не ответил, что не интересуется новостями из этой сферы, 84% посещают тематические сайты и форумы в интернете, а 78% подписаны на различные паблики и группы в социальных сетях, смотрят документальные фильмы в Интернете и постоянно посещают театры, музеи и концерты 52% респондентов, общаются с профессионалами в этой области 40% респондентов.

Наименьший интерес уделяется телевидению и специализированным журналам, и газетам, изучают специальную литературу 32%, учатся на специальность, связанную с искусством 8% респондентов.

Эти данные указывают на высокий уровень заинтересованности в поиске информации и желании быть осведомленным в сфере искусства, культуры и творчества. При этом классическое СМИ (телевидение, журналы и газеты) практически не пользуются популярностью. Большая часть (84%) респондентов получает информацию из Интернет-источников.

Выбирая стили, которые используются при создании творческого контента в рамках второй части проекта «Black Space» 72% респондентов правильно отмечают «инструментальную рок-музыку» и 65% «электронную музыку». Также правильным ответом является «кроссовер», но его отметили только 35% респондентов. Этот стиль образуется в результате смешения элементов различных самостоятельных стилей. «Тяжелый метал» отметили только 24% отвечающих, однако, этот стиль тоже используется в музыкальных композициях, созданных для проекта «Black Space». «Классическая музыка», за которую проголосовали 16% респондентов, не является стилем, который используется авторами проекта. Скорее всего, подписчики путают его с «нео-классикой» элементы которого действительно применяется авторами проекта во всех музыкальных композициях. «Фанк/регги» и «Хип-хоп/рэп» не задействованы авторами проекта, эти неверные ответы дали 3,5% и 10% процентов респондентов соответственно.

В иллюстрациях, созданных для проекта «Black Space» действительно используется стилистика «цифровой живописи» (68%), также применяются элементы пейзажной живописи (17%) и концептуализма (24%). Ошибкой является ответ «футуризм» (44% голосов), который скорее ближе к стилю «авангард» и «сюрреализм». Скорее всего, эта ошибка связана с незнанием особенностей этого стиля, и респонденты выбирали его, думая, что футуризм (от лат. futurum – будущее) в иллюстрациях изображает будущее (т.к. по сюжету действие происходит в далеком будущем и является научной фантастикой).

Отвечая на вопрос «Какие, по вашему мнению, стили литературного искусства использованы при создании глав, выпущенных в рамках второй части проекта Black Space?» респонденты в основном отвечали правильно. Большая часть респондентов (84%) отметили пункт «фантастика», и он действительно является основным жанром, в котором ведется написание литературной составляющей проекта, «дневниковые записи» выбрали лишь 40% респондентов (несмотря на то, что все главы стилизованы именно под дневник главного героя). Научный стиль (32% голосов) действительно используется авторами проекта при создании «секретных документов». «Поэзия» (3,5%), «фэнтези» (14%) и «триллер» (17%) не используются при написании глав второй части. Однако, в первой части проекта именно триллер являлся ключевым жанром.

Таким образом, приведенные ответы показывают, что респонденты разбираются в различных стилях и видах искусства. Следовательно, имеют широкий кругозор и способны анализировать творческий продукт на предмет стилистических элементов.

Ответы на вопросы «что вам нравится в арт-проекте Black Space?» и «что вам не нравится в арт-проекте Black Space?» помогает выполнить две задачи. Первое – это собрать отзывы о проекте, второе – проверить навыки респондентов проводить эстетический анализ творческого продукта.

На первый вопрос 60% респондентов выбрали ответы «уникальность», «выбранный стиль музыкального творчества» и «постоянное развитие проекта». Отметили «выбранный стиль литературного искусства» (58%), «проводимые интерактивы и конкурсы» (28%) и «постоянный выход новых глав» (35%). Более половины респондентов (52%) в качестве положительных моментов проекта отметили «ответственность авторов и постоянную связь с подписчиками», что подтверждает мнение авторов о том, что прямая связь с подписчиками важна для развития проекта и привлечения аудитории.

На вопрос «что вам не нравится в арт-проекте Black Space?» 32% респондентов выбрали пункт «другое» и ответили индивидуально. Большая

часть (80%) из этих ответов содержит информацию о том, что «все нормально, продолжайте в том же духе». Респонденты желают дальнейшего развития и указывают на мелкие недочеты типа опечаток, «самодеятельное качество исполняемого материала» отметили 20%, «редкий выход новых глав» 17%, «небольшое количество иллюстраций» отметили 20 %.

Эти ответы указывают на то, что подписчики способны проводить эстетический анализ творческого материала и замечать в какой области требуются доработки, над чем авторам стоит сосредоточиться чтобы улучшить проект. Многим нравится проект только из-за музыки, они отмечают, что в целом проект удачный, но требует дальнейшего развития. «Не останавливаться и продолжать развитие» - такое мнение высказывают больше половины участников опроса (54%) в пожеланиях авторам проекта. Отмечают, что литературная составляющая заметно выросла как в качестве, так и в объеме, по сравнению с самыми первыми главами (34% отвечающих), отмечают рост качества иллюстраций и исполняемой музыки более 40% респондентов.

Подводя итоги результатов опроса, изучения статистики посещаемости и активности участников сообщества «ВКонтакте» можно сделать выводы об успешности мультимедийного творческого проекта «Black Space» как средства воспитания эстетического вкуса молодежи по следующим критериям.

1. Желание изучать различные виды искусства и творчество разных времен и культур.

Большая часть (35%) подписчиков имеет высшее образование. Все они интересуются новой информацией в области искусства, культуры и творчества и используют для этого различные источники: посещают тематические сайты и форумы в интернете, подписаны на различные паблики и группы в социальных сетях, смотрят документальные фильмы в Интернете, посещают театры, музеи и концерты, изучают специальную литературу и др. Многие имеют профессиональный опыт творческой деятельности (музыканты, композиторы, художники, фотографы и т.д.), либо занимаются тем или иным видом творчества любительски. Остальная часть выражает желание научиться.

2. Умение узнавать, анализировать, сравнивать и эстетически оценивать различные виды, направления и жанры в искусстве.

Развитию перечисленных навыков способствуют следующие особенности проекта.

- Так как авторы используют современные тенденции в области выбранных ими видов искусств и постоянно обновляют свой стилистический «багаж», подписчики расширяют свой кругозор. Если материал прослушивается (прочитывается, просматривается), оценивается по принципу «нравится» - «не нравится» и принимается (или отвергается), то подписчики, пусть не всегда осознано, анализируют и эстетически оценивают творческий контент, что способствует развитию эстетического вкуса.

- Постоянное развитие проекта позволяет отслеживать изменяющееся качество производимого творческого материала, т.е. можно сравнить контент созданный ранее и в более позднее время. Это влияет на способность подписчиков составлять самостоятельное суждение об эстетическом качестве представленного материала.

- Постоянно проводимые интерактивы и конкурсы побуждают подписчиков сравнивать и оценивать предлагаемый материал. На данный момент авторами проводится интерактив «Битва артов». Суть интерактива заключается в том, что на голосование выставляется четыре иллюстрации, из которых подписчикам предлагается выбрать лучшую. По окончании «отборочных туров» будут сформированы пары артов и проведены полуфиналы и финал. Таким образом подписчиками будет определен лучший арт, созданный авторами проекта «Black Space». Такой интерактив стимулирует развитие эстетического вкуса у голосующих, т.к. для выбора необходимо провести эстетический анализ каждого из артов.

Результаты проведенного опроса показывают, что респонденты в основном отвечают правильно на вопросы предлагающие определить стиль (направление) в котором созданы музыкальные композиции и иллюстрации проекта. Ответы на вопросы «что вам нравится в арт-проекте Black Space?»

и «что вам не нравится в арт-проекте Black Space?» выражают мнения подписчиков о качестве проекта, оценивают различные разделы проекта, содержат предложения для его улучшения. Все это позволяет сделать вывод о том, что участники опроса владеют навыками анализа и эстетической оценки.

3. Потребность проявлять свой творческий потенциал и развиваться в выбранной сфере творческой деятельности.

Развитию данной потребности среди постоянных подписчиков способствуют регулярно проводимые авторами проекта интерактивы и конкурсы. Помимо возможности проявить свой творческий потенциал участники реально становятся соавторами проекта. Например, в конкурсе ремиксов, который был организован перед выпуском полной версии первой части, приняло участие шесть человек. В результате один из ремиксов вошел в трек-лист музыкального альбома первой части. В конкурсе «идеи для будущих глав» приняли участие шестнадцать человек. Трое из них были приглашены для участия в проекте и стали авторами нескольких сцен для будущих глав.

Необходимо отметить двусторонний рост со стороны аудитории проекта и самого проекта. То есть, как развивается в качественном и эстетическом уровне сам проект, так и развивается его аудитория. Подтверждением этому факту служит то, что на начальных этапах основная аудитория состояла в основном из контингента младше 18 лет (школьники). Сейчас основная аудитория – это образованная, активная и творческая молодежь.

Дальнейшее развитие проекта (как в количественных, так и качественных показателях) является обязательным фактором для удержания положительной динамики. На данный момент мультимедийный творческий онлайн-проект «Black Space» оценивается его основной аудиторией положительно. Проект и его подписчики совместно растут и развиваются, создавая новые возможности для воспитания эстетического вкуса молодежи, которая одновременно является создателем и потребителем результатов творческого проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие интернет-среды и её активное внедрение в обыденную жизнь общества повлияло на множество факторов развития и воспитания человека. Большие объемы информации, доступные по всему Земному шару влияют на воспитание молодых людей и формируют их мировоззрение, поведение, взгляды, вкусы и т.д. Миллиарды человек по всему миру уже не представляют своей жизни без Интернета.

Молодежь, как часть общества, которая наиболее активно использует ресурсы Интернета, оказывает сильное влияние на формирование контента в онлайн-среде. Это касается и сферы культуры и искусства. Создавая творческий продукт, который привлечет наибольшую по количеству человек аудиторию, авторы в основном ориентируются именно на вкусы современной молодежи.

Стараясь охватить широкий круг интересов, творческие люди стали объединяться для создания совместных проектов. Так начали появляться творческие онлайн-проекты: «Amog Symphony», «Виктор Аргонов Project», «ZeroSeven», различные музыкальные онлайн-группы (например, «Анимия»). Активно развивается жанр визуальной новеллы («Бесконечное Лето» и др.).

Целью выпускной квалификационной работы являлось обоснование необходимости организации мультимедийного творческого онлайн-проекта как средства воспитания вкуса у молодежи и создание такого проекта в популярной социальной сети «ВКонтакте».

Изучив теоретические основы организации мультимедийных творческих онлайн-проектов и проанализировав работу в данной сфере музыкальных исполнителей, писателей, иллюстраторов России и зарубежья, можно сделать вывод, что Интернет-ресурсы предоставляют уникальные возможности объединяться авторам из разных городов и стран для создания масштабных проектов. Стремительное развитие новых тенденций в творчестве требует

от создателей творческого контента своевременно улавливать новые популярные стили чтобы соответствовать времени.

Растущая конкуренция требует от авторов мультимедийных творческих онлайн-проектов привлечения новых и удержания имеющихся подписчиков за счет регулярного выпуска нового контента. Для этого необходима постоянная работа над качеством проекта и его творческим развитием. Таким образом подписчики онлайн-проекта эстетически растут вместе с его авторами.

В соответствии с особенностями целевой аудитории (молодежь) был разработан контент и концепция творческого мультимедийного онлайн-проекта «Black Space», в основу которой положен метод синтеза искусств. Проект объединил три вида творческой деятельности: музыку, литературу и изобразительное искусство. Второй важной особенностью концепта онлайн-проекта стала опора исключительно на современные тенденции.

Тексты написаны в жанре научной фантастики, популяризации которой способствуют тенденции зарубежного кинематографа, игровой индустрии и, непосредственно, литературы. Основной стиль – дневниковые записи выбран из-за привычки молодых людей читать блоги в Интернете. Такой стиль написания текстов, воспринимается ими проще, чем обычное классическое литературное изложение.

Для музыкальных композиций выбран принцип смешения направлений. В основу музыки легли стили: инструментальная рок-музыка, тяжелый метал, нео-классика, электро-транс, дабстеп, и индастриал-рок. Этот выбор был сделан на основе предпочтений молодежи, выявленных на популярных форумах и пабликах в социальных сетях, посвященных музыке.

Для иллюстраций выбран стиль цифровой живописи (рисования посредством электронного планшета). Также используются элементы концептуализма, пейзажей и фотобашинга (использование сфотографированных элементов с дальнейшей программной обработкой).

За каждый элемент проекта отвечает небольшая группа авторов, которая составляет творческий совет проекта «Black Space». Однако, всем творческим процессом руководит лидер и главный автор.

Организация онлайн-проекта «Black Space» осуществлялась согласно гипотезе, в которой предполагается, что онлайн-проект может влиять на эстетический вкус молодёжи если он будет организован с учетом особенностей целевой аудитории; подготовлен интересный творческий контент; в течение всего времени существования проекта подписчики вовлекались в процесс создания творческого контента.

Онлайн-проект «Black Space» был анонсирован в мае 2014 года и запущен в сентябре 2014 года с количеством подписчиков менее 200 человек. На данный момент основная группа «ВКонтакте» насчитывает уже более 1300 подписчиков. У проекта есть свой сайт, оформленный с учетом современных тенденций в области web-дизайна. В рамках проекта выпущена полностью первая часть «2817 Н.Э.» насчитывающая десять глав (одна глава состоит из литературной составляющей в среднем три страницы текста, одной иллюстрации и одной музыкальной композиции, длинно 2-3 минуты). На данный момент выпускается вторая часть «Огненный дождь», в рамках который уже опубликовано девять глав. При этом были увеличены объёмы творческого материала: теперь одна глава – это в среднем десять страниц текста, две иллюстрации одна композиция, длинной 4-5 минут).

В целях вовлечения подписчиков в творческий процесс, авторы проекта постоянно организуют различные конкурсы и интерактивы. Например, конкурс ремиксов, конкурс на лучшую идею для главы и др. Постоянно проводятся различные опросы, мотивирующие к эстетическому анализу контента (например, «Битва артов»).

В результате проведенного опроса, организованного посредством Google-формы, были сделаны выводы, что основной контингент подписчиков – это образованные мужчины в возрасте от 21 до 27 лет, проживающие в купных

городах (более 250 000 человек). Этот факт показывает качественное изменение аудитории (на начальных этапах это были школьницы младше 18 лет).

Ответы на вопросы показали положительные результаты воздействия проекта на воспитание эстетического вкуса молодежи. Респонденты имеют широкий кругозор и способны различать стили разных видов искусства. Они проявляют интерес к поиску новой информации из сферы культуры и искусства. Практически все способны выполнить эстетический анализ предложенного творческого материала.

Таким образом, практика организации мультимедийного творческого онлайн-проекта «Black Space» и анализ полученных результатов позволяют сделать вывод, что организация подобных мультимедийных творческих онлайн-проектов может стать действенным средством воспитания эстетического вкуса и воздействовать на развитие творческого потенциала молодых людей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Адлер, Т.* Марочный капитал, маркетинговые войны, позиционирование, парадоксы дзен-буддизма [Текст] / Ю. Каптуревский: пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 400 с.
2. *Балашов, А.И.* Управление проектами [Текст]: учебник для бакалавров / Балашов А.И. [и др.]; под ред. Е.М. Роговой. – 1-е изд. – М.: Юрайт, 2013. – 383 с.
3. *Батычко, В.Т.* Понятие и виды международных организаций [Текст]. – Таганрог: ТТИ ЮФУ. – 2011. – С. 67-72.
4. *Бекоева, М.И.* Проблема формирования способности личности к самореализации в философском, психологическом и педагогическом аспектах [Текст] / М.И. Бекоева // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. – 2015. – № 1. С. 25-28.
5. *Ватутин, С.В.* Копирование бизнеса [Текст]: специальная литература / С.В.Ватутин, М.Тришин. – СПб.: Питер, 2012. – 192 с.
6. *Виницкая, Н.В., Шабалина Е.П.* Эстетическое воспитание студентов средствами искусства [Текст] / Н.В. Виницкая, Е.П. Шабалина // Мир науки, культуры, образования.– 2013.– №1 (38). – С. 88-91.
7. *Вишневский, Ю.Р., Шапко В.Т.* Парадоксальный молодой человек [Текст] / В.Т. Шапко // Социологическое исследование. – 2006. –№5. – С.26-36.
8. *Випперфюрт, А.* Вовлечение в бренд. Как заставить покупателя работать на компанию [Текст]: / А. Кириченко: пер. с англ. – СПб.: Коммерсантъ, 2008. – 384 с.
9. *Выготский, Л.С.* Психология развития человека [Текст] / С. Бобко.– М.: «ЭКСМО», «Смысл», 2005. – 1136 с.
10. *Грузков, В.Н., Субботина С.А.* Искусство как фактор развития эстетического вкуса [Текст] / В.Н.Грузков, С.А. Субботина // KANT. – 2012. – №1(4). – С. 107-111.

11. *Драчкина, О.* Арт-проект [Текст] / Ольга Драчкина // Радиус города. – 2010. – №7 (62). – С. 12-14.
12. *Казанская, В.Г.* Подросток. Трудности взросления. Книга для психологов, педагогов и родителей [Текст] / В.Г. Казанская. – СПб.: «Питер», 2008. – 283 с.
13. *Каллимуллина, О.А.* Развитие творческого потенциала подростков средствами музыкально-эстетических практик [Текст] / О.А. Калимуллина // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусства. – 2010. – №3. – С. 31-39.
14. *Кант, И.* Собрание сочинений в восьми томах [Текст]: в 8 т. – М.: ЧОРО, 1994. – Т. 8.– 718 с.
15. *Кудрявцева, М.Е.* Эстетический вкус как фактор стабильности личности в современном обществе [Текст] / М.Е. Кудрявцева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований.- 2014.–№ 8.– С.127-129.
16. *Кулаева, З.С.* Эстетическое воспитание старшеклассников художественными образами [Текст] / З.С. Кулаева // Современные проблемы науки и образования.– 2015.– № 4. – С. 127-130.
17. *Лихачев, Б. Т.* Педагогика. Курс лекций [Текст] / Б. Т. Лихачев.// – М. : Прометей, Юрайт, 1998. – 528 с.
18. *Локк, Д.* Основы управление проектами [Текст]: специальная литература / М. Альпина пер. с англ. – М.: Нипро, 2004. – 253 с.
19. *Муртазина, Л.Э.* Изменения уровня эстетической культуры студентов вуза культуры и искусств в процессе художественно-эстетического воспитания [Текст] / Л.Э. Муртазина // Мир науки, культуры, образования – 2015. – №2 (51) – С. 79-82.
20. *Мухина, В.С.* Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество [Текст] / А.В. Петровский, В.П. Зинченко, Л.Ф. Обухова // учеб для студ. вузов – 4-е изд. – М.: «Академия», 1999. – 456 с.

21. *Огилви, Д.* Огилви о рекламе [Текст] / А. Гостевая: пер с англ. – М.: «МИФ», 2012. – 240 с.
22. *Петрова, М. И.* Эволюция эстетического идеала в условиях модернизации художественного образования [Текст] / М.И. Петрова. – 2015.
23. *Прохорова, Т. Н.* Теория и практика формирования творческой личности учащегося в системе художественно-эстетического образования [Текст]: автореф. дис. ... доктора педагогических наук / Т.Н. Прохорова. – М. – 2003. – 40 с.
24. *Сладкевич, В.П.* Современный менеджмент [Текст]: опорный конспект лекций / В.П. Сладкевич, А.Д. Чернявский. – 3-е изд. – Киев: МАУП, 2003. – 152 с.
25. *Столлович Л.Н.* Природа эстетической ценности [Текст] / Н. Денисова – 1-е изд. М: «Искусство». – 1972. – 234 с.
26. *Стрихар, О. И.* Формирование музыкально-эстетического вкуса и кругозора учащихся на основе применения принципа интеграции на уроках музыки [Текст] / О.И. Стрихар // Молодой ученый. – 2014. – №11. – С. 423-425.
27. *Ткачева, Н.Г.* Эстетическое воспитание личности учащегося средствами художественного творчества [Текст] / Н.Г.Ткачева // Интеграция образования. – 2009. – №3. – С. 89-91.
28. *Тульчинский, Г.Л.* Менеджмент в сфере культуры [Текст]: учеб. пособие / Г.Л.Тульчинский, Е.Л. Шекова. – 4-е изд. – СПб.: Планета музыки, 2009. – 528 с.
29. *Филлипс, Д.* PR в интернете [Текст] / И. Гаврилова: пер с англ.. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 320 с.
30. *Франчайзинг от А до Я* [Текст]: специальная литература / А.А. Меркулов [и др.]. – М.: Феникс, 2013. – 160 с.
31. *Фунтов, В. Н.* Основы управления проектами в компании [Текст] / В. Н. Фунтов – СПб.: Питер, 2011. – 393 с.
32. *Халилов, Д.* Маркетинг в социальных сетях. [Текст] / Д. Халилов – 2-е изд. – М.: «МИФ». – 2014, – 240 с.

33. *Халявин, В.* Новейшие секреты Интернета. Практическое руководство пользователя [Текст]/В.Халявин. – М.: Мартин, 2013. – 128 с.
34. *Шиллер, Ф.* Собрание сочинений в семи томах [Текст]: в 7 т. – М.: ГИХЛ. – 1957. – Т.6. – 793 с.
35. *Шмырева, Н.А.* Эстетическое воспитание студентов в воспитательно-образовательном процессе вуза [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01: Кемерово, 2000. –194 с.
36. *Яковлев, Е.Г.* Эстетический вкус как категория эстетики [Текст] / Е.Г.Яковлев.– М.: «Знание», 1986. – 64 с.
37. *Биография.* Официальный сайт проекта «Amogh Symphony» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://amoghsymphony.net/biography> – (дата обращения: 14.12.2015).
38. *Виктор Аргонов Project* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://argonov.ru/> – (дата обращения: 14.12.2015).
39. *Возможности работы с диалогами.* ВКонтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/page-2158488_44380365. – (дата обращения: 06.12.2015).
40. *Мультимедиа:* понятие, классификация, возможности и основные носители. РС-Vestnik. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pc-vestnik.ru/multimedia-ponyatie-klassifikaciya-vozmozhnosti-i-osnovnye-nositeli> – (дата обращения: 12.06.2016).
41. *Некоммерческие организации.* Granadars [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/pravovedenie/ nekommercheskaya-organizaciya.html> – (дата обращения: 16.12.2015).
42. *Онлайн. Академик* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/84476/%D0%9E%D0%9D%D0%9B%D0%90%D0%99%D0%9D> – (дата обращения: 12.06.2016).
43. *Организационно-правовые формы предприятий.* Ereport. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ereport.ru/articles/firms/orgforms.htm> – (дата обращения: 13.12.2015).

44. *Официальный сайт арт-проекта «Black Space»* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: blackspace-art.ru. – (дата обращения: 06.12.2015).
45. *Официальный сайт визуальной-новеллы «Бесконечное Лето»* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://everlastingsummer.su/ru/> – (дата обращения: 14.12.2015).
46. *Различие понятий «бренд» и «торговая марка»*. Imadesign [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imadesign.ru/102/172/181/202> – (дата обращения: 12.12.2015).
47. *Самые популярные сайты мира в России за 2014-2015 гг.* 24СМИ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://24smi.org/news/27666-samye-poseshаемye-sajty-mira-i-rossi-facts.html> – (дата обращения: 06.12.2015).
48. *Спин-офф. Академик* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/34060/%D0%A1%D0%9F%D0%98%D0%9D – (дата обращения: 12.12.2015).
49. *Статистика* страницы «Black Space (Art-project)». ВКонтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: vk.com/stats?gid=53282625 – (дата обращения: 06.12.2015).
50. *Типы организационных структур управления*. AUP.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m77/4_2.htm – (дата обращения: 13.12.2015).
51. *Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «О некоммерческих организациях»*. Консультант плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/ – (дата обращения: 06.12.2015).
52. *Федеральный закон от 12.07.2002 N 114-ФЗ (ред.23.11.2015) «О противодействии экстремисткой деятельности»*. Консультант плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37867/ – (дата обращения: 10.04.2016).

53. *Франчайзинг, как форма организации бизнеса. Креативная экономика* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/8248/> – (дата обращения: 19.12.2015).
54. *Франчайзинг. Granadars* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/biznes/franchayzing.html> – (дата обращения: 16.12.2015).
55. *Цели и средства эстетического воспитания. GoPsy.* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gopsy.ru/semja/vospitanie-detej/jesteticheskoe-vospitanie.html> – (дата обращения: 07.04.2016).
56. *Что такое «Аутсорсинг».* myBlaze. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://myblaze.ru/chto-takoe-outsorsing/> – (дата обращения: 11.12.2015).
57. *Что такое «Краудфандинг».* КраудКонсалтинг.ру [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.crowdconsulting.ru/crowdfunding> – (дата обращения: 18.12.2015).
58. *Что такое онлайн-проект?* Online Projects [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.onlineprojects.ru/tags/virtual'nye_proekty – (дата обращения: 18.12.2015).
59. *Что такое проект? Определение и признаки.* Муждународный научно-исследовательский журнал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://research-journal.org/social/chto-takoe-proekt-opredelenie-i-priznaki/> – (дата обращения: 12.06.2016).
60. *Чуланова, Е. Урок SMM 1. С чего начать SMM продвижение* [Электронный ресурс] / Елена Чуланова // онлайн-портал «Лид Машина». – Режим доступа: http://leadmachine.ru/2014/01/30/smm_1/. – (дата обращения: 06.12.2015).
61. *Эстетическое воспитание. Актуальная вечная проблема. Фестиваль педагогических идей «Открытый урок»* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://festival.1september.ru/articles/314994/> – (дата обращения: 07.04.2016).
62. *5 миллиардов человек пользуются интернетом. Будущее сейчас* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://futurenow.ru/5-milliardov-chelovek-polzuyutsya-internetom?scn=1>. – (дата обращения: 06.12.2015).

Статистика посещаемости группы творческого онлайн-проекта «Black Space» в социальной сети ВКонтакте

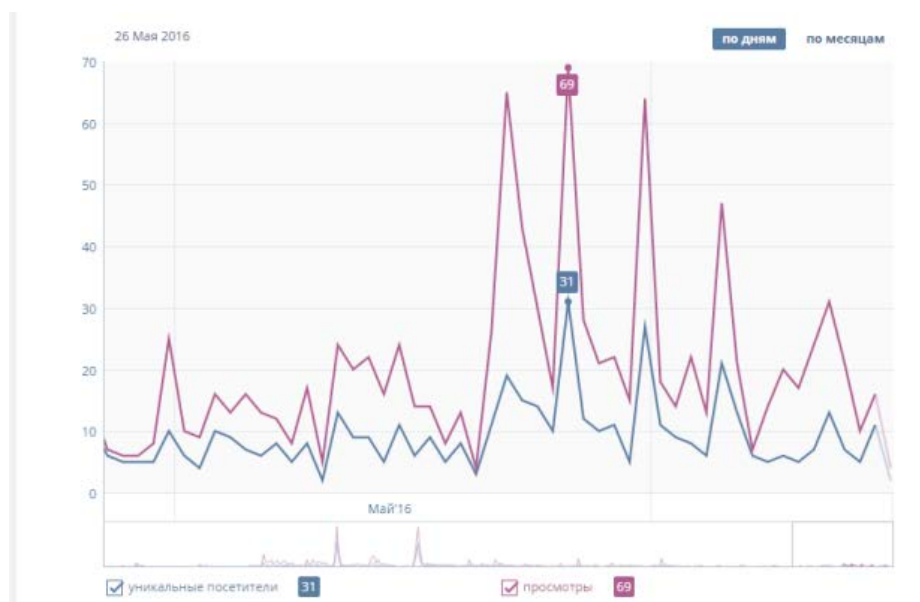


Рисунок 2 – Количество уникальных посетителей в сутки

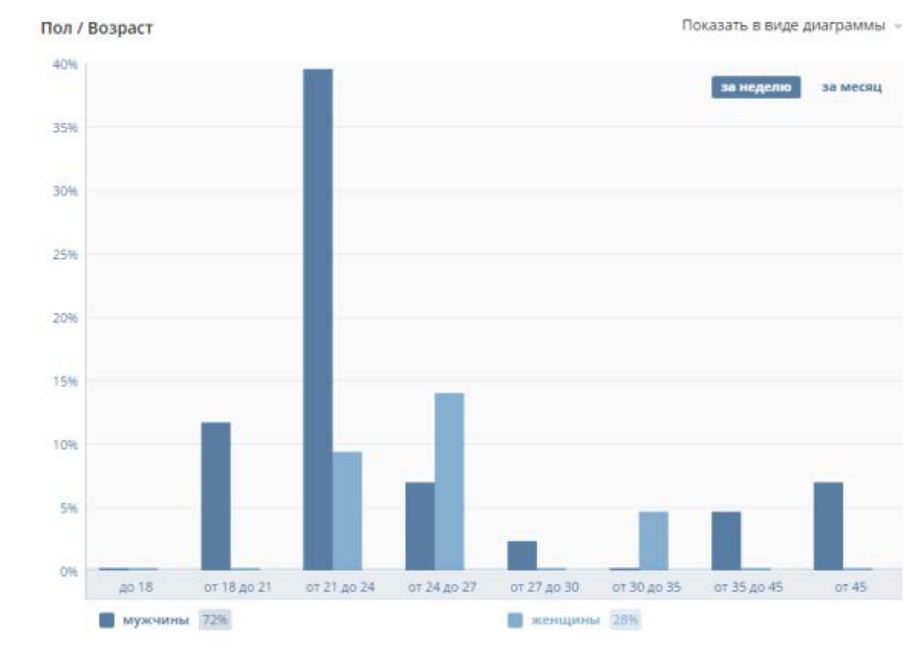


Рисунок 3 – Поло-возрастная структура аудитории

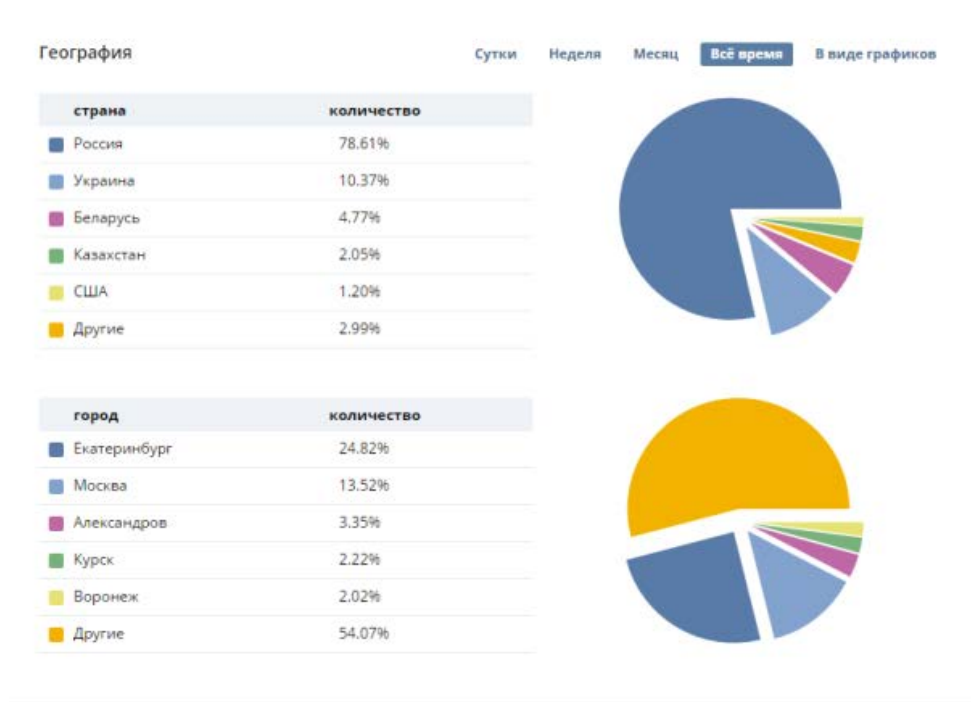


Рисунок 4 – География проживания подписчиков группы

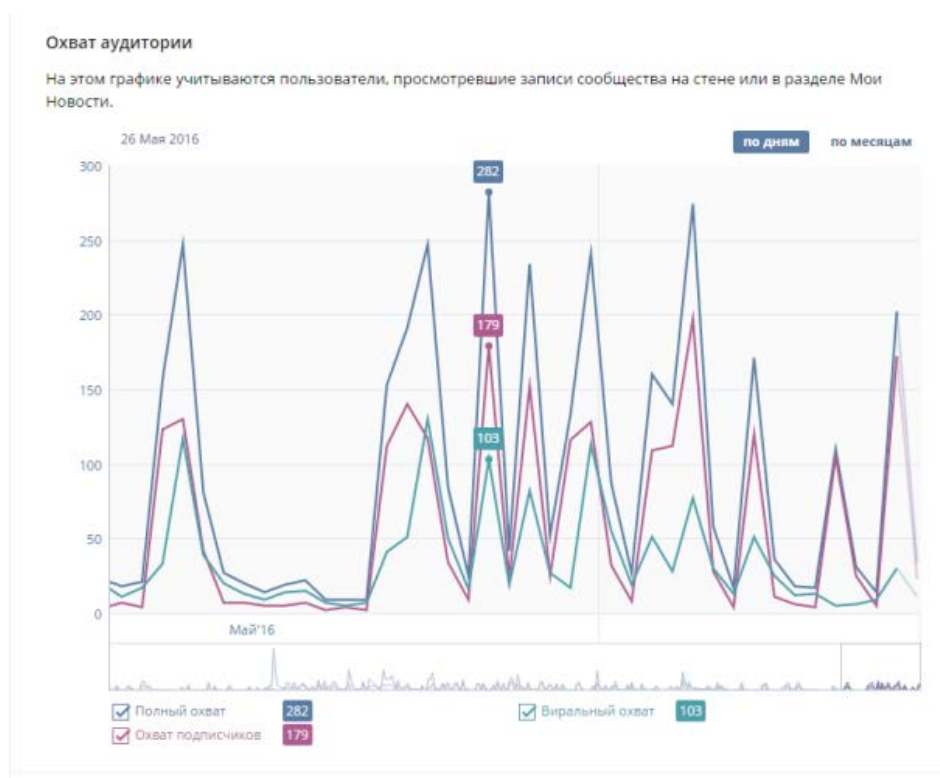


Рисунок 5 – Охват просмотров записей сообщества

Анкета опроса

Ваш отзыв об арт-проекте Black Space

1. **Укажите ваш возраст:**
 - меньше 12
 - 12-15
 - 15-18
 - 18-21
 - 21-27
 - 27-30
 - 30-40
 - старше 40
2. **Укажите ваш пол:**
 - М
 - Ж
3. **Вы проживаете в городе с населением:**
 - более 1 млн. чел.
 - 500 тыс.-1 млн. чел.
 - 250 тыс.-500 тыс. чел.
 - 100 тыс.-250 тыс. чел.
 - 50 тыс.-100 тыс. чел.
 - менее 50 тыс. чел.
 - я живу в поселке городского типа
 - я живу в сельском поселении
 - другое: _____
4. **Укажите уровень вашего образования:**
 - учусь в школе
 - закончил школу, нигде не учусь
 - учусь в ССУЗе
 - учусь в ВУЗе
 - имею средне-специальное образование
 - имею высшее образование
 - другое: _____

5. Какими из представленных видов искусства вы интересуетесь? МУЗЫКА:

- классическая музыка
- современная электронная музыка
- современная рок-музыка
- современная хип-хоп/рэп музыка
- кроссовер и смешенные стили
- другое: _____

**6. Какими из представленных видов искусства вы интересуетесь?
ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО:**

- классическая живопись
- современная натуралистка
- современная цифровая живопись
- граффитти
- фотоискусство
- скульптура
- другое: _____

7. Какими из представленных видов искусства вы интересуетесь? ЛИТЕРАТУРА:

- классическая поэзия
- современная поэзия
- фэнтези
- фантастика
- детективы
- мелодрамы
- триллеры
- романы
- научная
- другое: _____

8. Где вы находите новую информацию об искусстве и творчестве?

- посещаю тематические сайты и форумы в Интернет
- подписан на тематические группы с социальных сетях
- покупаю тематические журналы/газеты
- изучаю литературу (энциклопедии, справочники и пр.)
- смотрю документальные фильмы по телевидению
- смотрю документальные фильмы в Интернете
- посещаю театры, концерты, музеи т.п.
- общаюсь со специалистами в этой области
- учусь в университете по специальности, связанной с этой сферой
- не интересуюсь искусством и творчеством
- другое: _____

9. Занимаетесь ли вы музыкой?

- да, я профессиональный музыкант
- да, я профессиональный композитор
- да, любительски
- нет, но хочу научиться
- нет, мне это не интересно
- другое: _____

10. Занимаетесь ли вы изобразительным искусством?

- да, я профессиональный художник
- да, я профессиональный фотограф
- да, я профессиональный скульптор
- да, любительски
- нет, но хочу научиться
- нет, мне это не интересно
- другое: _____

11. Занимаетесь ли вы литературой?

- да, я профессиональный поэт
- да, я профессиональный писатель
- да, я профессиональный редактор/корректор
- да, любительски
- нет, но хочу научиться
- нет, мне это не интересно
- другое: _____

12. Какие, по вашему мнению, стили музыки использованы в композициях, выпущенных в рамках второй части проекта Black Space?

- классическая музыка
- инструментальная рок-музыка
- хип-хоп/рэп
- тяжелый метал
- фанк/рэгги
- электронная музыка
- кроссовер
- другое: _____

13. Какие, по вашему мнению, стили изобразительного искусства использованы при создании иллюстраций, выпущенных в рамках второй части проекта Black Space?

- фотоискусство
- цифровая живопись
- концептуализм
- пейзажная живопись
- коллаж

- фотобашинг
- футуризм
- другое: _____

14. Какие, по вашему мнению, стили литературного искусства использованы при создании глав, выпущенных в рамках второй части проекта Black Space?

- поэзия
- научный стиль
- фантастика
- фэнтези
- триллер
- дневниковые записи
- другое: _____

15. Что вам нравится в арт-проекте Black Space?

- уникальность
- выбранный стиль музыкального творчества
- выбранный стиль изобразительно искусства
- выбранный стиль литературного искусства
- качество исполняемого материала
- ответственность авторов и постоянная связь с подписчиками
- постоянный выпуск новых глав
- постоянное развитие проекта
- проводимые авторами интерактивы и конкурсы
- другое: _____

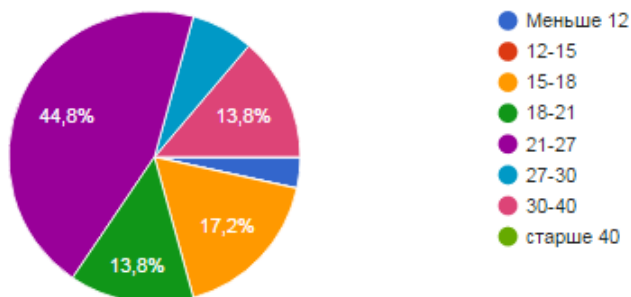
16. Что вам не нравится в арт-проекте Black Space?

- самодеятельное качество исполняемого материала
- редкий выход новых глав
- частый перенос выхода новых глав
- небольшое количество иллюстраций
- невыразительность литературной составляющей
- невыразительность иллюстраций
- невыразительность музыкальных композиции
- редкое проведение интерактивов и конкурсов
- другое: _____

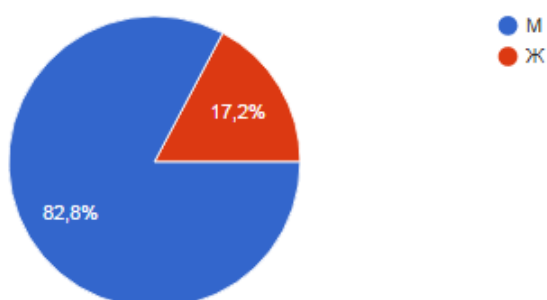
17. Напишите ваш отзыв о проекте Black Space и пожелания для его дальнейшего развития

Аналитические данные проведенного опроса

Укажите ваш возраст:



Укажите ваш пол:



Вы проживаете в городе с населением:

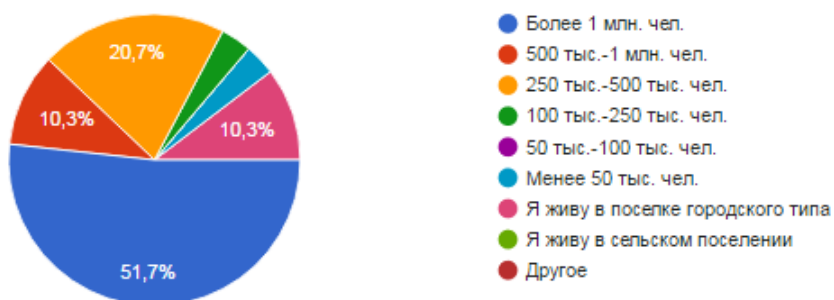
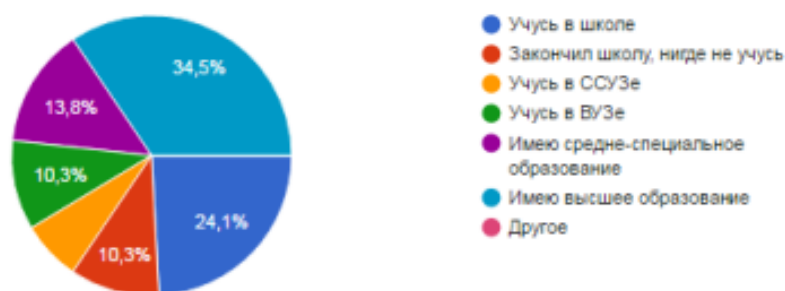
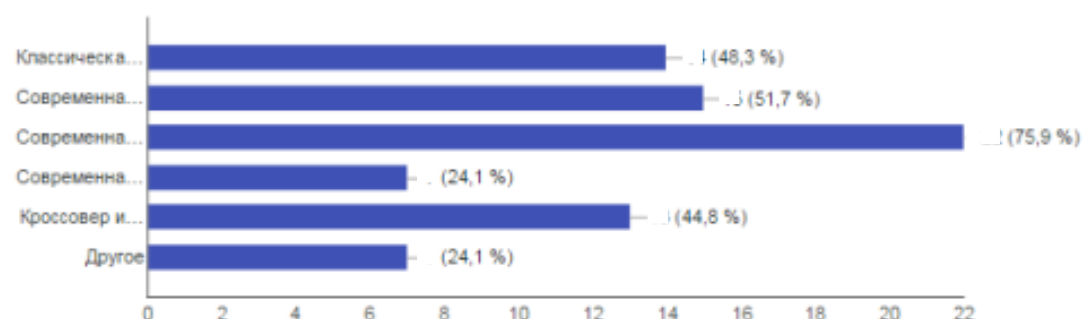


Рисунок 6 – Статистика ответов на опрос (ч.1)

Укажите уровень вашего образования:



Какими из представленных видов искусства вы интересуетесь?
МУЗЫКА:



Какими из представленных видов искусства вы интересуетесь?
ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО:

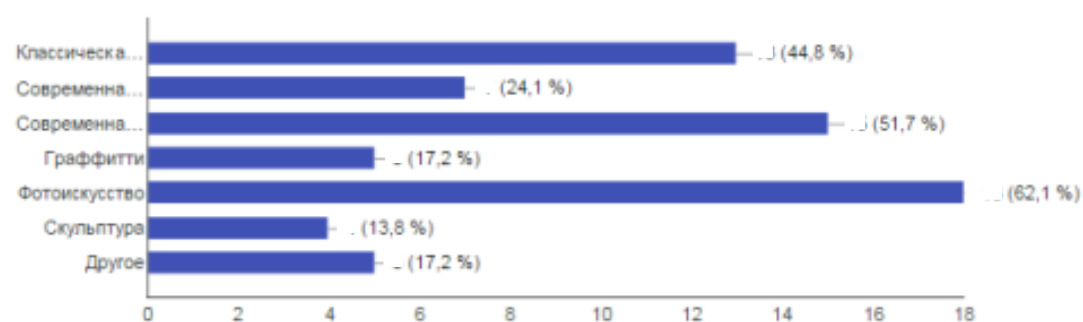
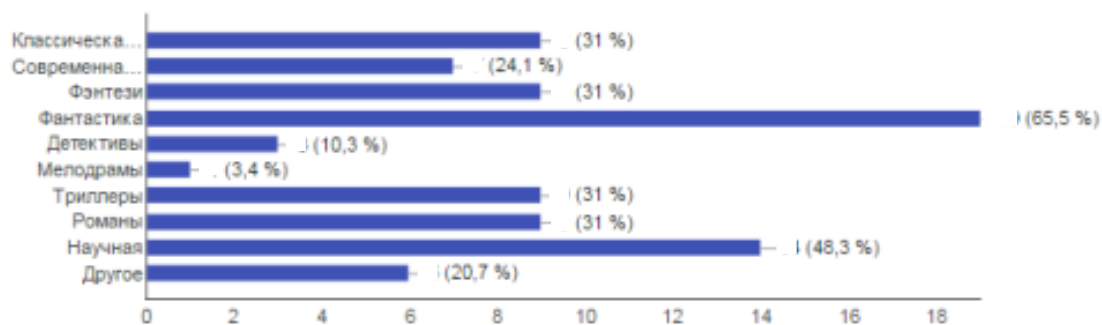
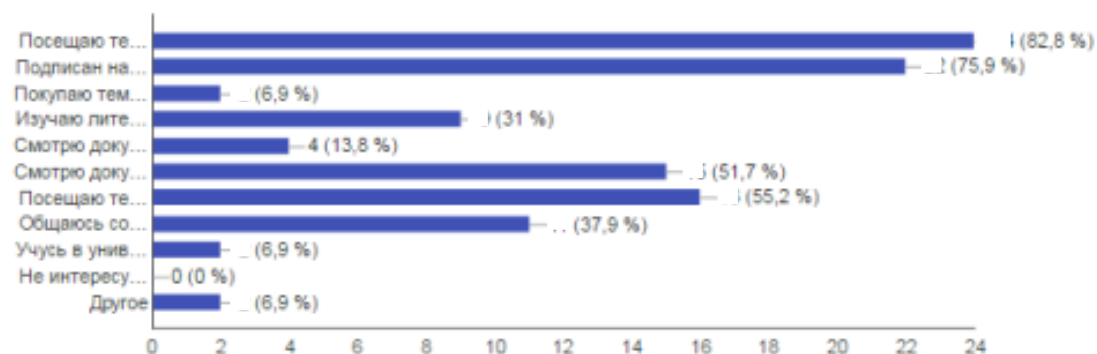


Рисунок 7 – Статистика ответов на опрос (ч.2)

Какими из представленных видов искусства вы интересуетесь? ЛИТЕРАТУРА:



Где вы находите новую информацию об искусстве и творчестве?

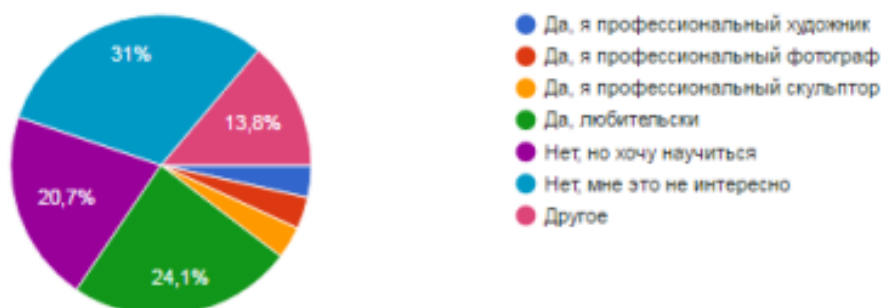


Занимаетесь ли вы музыкой?

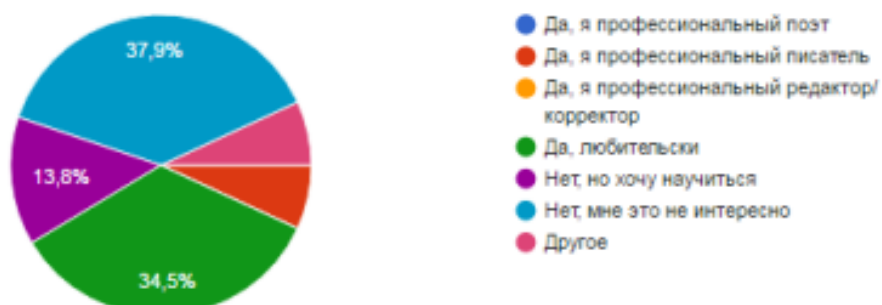


Рисунок 8 Статистика ответов на опрос (ч.3)

Занимаетесь ли вы изобразительным искусством?



Занимаетесь ли вы литературой?

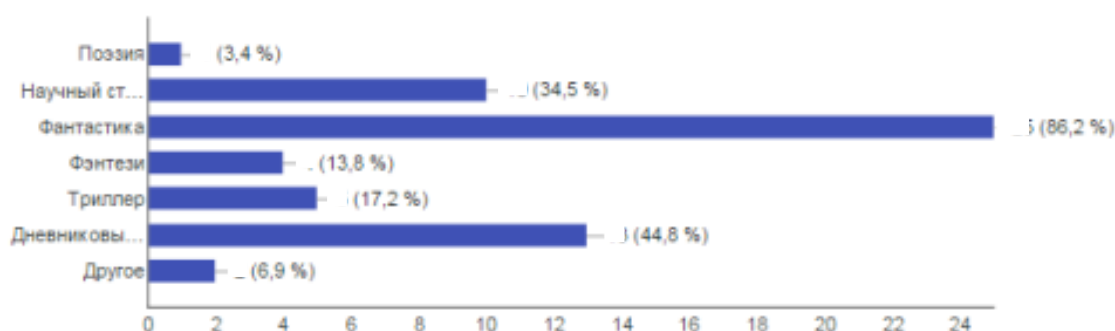


Какие, по вашему мнению, стили музыки использованы в композициях, выпущенных в рамках второй части проекта Black Space?

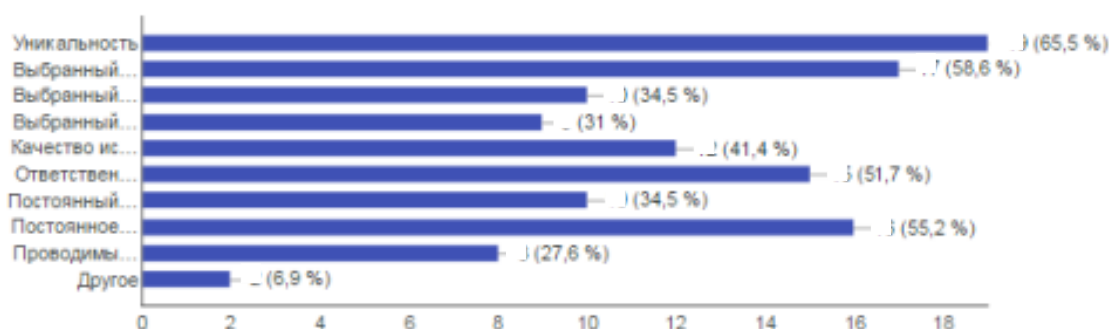


Рисунок 9 – Статистика ответов на опрос (ч.4)

Какие, по вашему мнению, стили литературного искусства использованы при создании глав, выпущенных в рамках второй части проекта Black Space?



Что вам нравится в арт-проекте Black Space?



Что вам не нравится в арт-проекте Black Space?

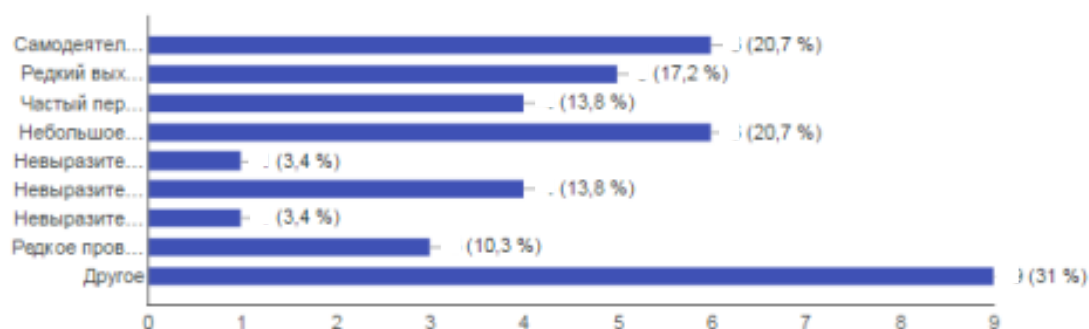


Рисунок 10 – Статистика ответов на опрос (ч.5)